دراساتٌ في

العلاقات العامّة والاعْلام

تأليف

دكتور علي عجوة





دراساتٌ في

العلاقات العامّة والإعْلام

دكتور علي عجوة

استاذ ورئيس قسم العلاقات العامة

كلية الاعلام — جامعة القاهرة

١٩٨٥



بسم الله الرحمن الرحيم

« ولا تلبسوا الحق بالباطل وتكتموا الحق وأنتم تعلمون »

صدق الله العظيم



فهرس

مقدمـــــة

يتضمن هـذا الكتاب خمسا من الدراسات التى سبق نشرها منفصلة ومتتاليه فى مطبوع خاص ، أو مجلة علمية ، أو ضمن مجموعة أعمـال احـد المؤتمرات العلمـية • وقد رأيت ان هذه الدراسات تهتم أساسا بالقضايا التنموية مع التطبيق على الواقع المصرى • فالدراسة الأولى ، والتى نشرت فى كتاب عام ١٩٧٧ تحت عنوان : العلاقات العامة وقضايا التنمية فى مصر ، تتناول التحديات التى تواجه التنمية فى مصر ، ودور العلاقات العامة على المستويين المركزى واللامركزى فى المجالات الاقتصادية والسياسية والادارية والاجتماعيــة •

أما الدراسة الثانية ، فقد نشرت فى العدد الأول من مجلة الدراسات الاعلاميــة التى تصدرها كلية الاعلام بجامعــة القاهرة تحت عنوان : العلاقات العامة الحكومية وأهميتها فى الدول النامية • والدراســة فى حقيقتها محاولة علمية للتعرف على دور الاعلام الحكومي فى أحـداث ١٨ ، ١٩ يناير ١٩٧٧ • وقد رأينا من خلالها بعض الأخطاء الكبيرة فى العلاقات العامة الحكومية المصرية خلال الفترة السابقة على تلك الأحداث والمصاحبــة لهـا •

وقد نشرت الدراسة الثالثة فى العدد الأول من المجلة العلمية التى تصدرها كلية الآداب والعلوم الانسانية بجامعة الملك عبد العزيز بالمملكة العربية السعودية تحت عنوان دور العلاقات العامة فى مؤسسات التعليم العالى • وقد تناولت هـذه الدراســة المشكلات العامة التى تواجـه التعليم العالى ، وأهداف العلاقات فى هذا المجال ، ودورها فى تنميــة الثقافة العامة وخدمة المجتمع المحلى •

وقد نشرت الدراسة الرابعة ضمن مجموعة أعمال ندوة الاعـلام والشباب التى نظمتها كليــة الاعلام بجامعة القاهرة فى يناير ١٩٨٣ •

وقد استهدفت هذه الدراسه تحديد دور العلاقات العامه فى رأب الصدع الذى أحدثته مرحله طغيان المادة فى قيم المجتمع المصرى بين قطاع الشباب ، وضروره استعادة التوازن المفقود بين افراد المجتمع وهيئاته ومؤسساته المختلفه ، والذى ينعكس بصوره حادة على الشباب لما تتميز به هذه الشريحه الاجتماعيه من قلق وحيرة ازاء القيم المتصارعه فى المجتمع .

أما الدراسة الخامسه والأخيرة فى هذا الكتاب فقد قدمت الى مؤتمر « الثقافة والاعلام » الذى نظمه المركز القومى للبحوث الاجتماعيه والجنائية فى مايو ١٩٨٣ ونشرت ضمن مطبوعات وأعمال هذا المؤتمر . وقد استهدفت هذه الدراسة توضيح دور وسائل الاعلام فى نشر الثقافه ومعرفة أثر التيارات الثقافية الخارجية التى تأتى بها هذه الوسائل على الشخصية الثقافية لمجتمعنا ، وارتباط ذلك بالتيارات والأوضاع الداخلية التى تهيىء المناخ فى بعض الأحيان للتيارات الخارجية لكى تسود وتؤثر . لقد هبت قيم غريبة على المجتمع المصرى فى الفترة الأخيرة التى شهدت سيطرة القيم المادية على كثير من المجالات ، ومن بينها مجال الانتاج الفكرى والفنى والأدبى . وأصبحنا فى حاجة الى صحوة ثقافية فى هذه المجالات لكى تبقى مصر كما كانت فى عصور سابقة مركز اشعاع ثقافى يضىء المنطقة العربيــة بأسرها وينشر ظلاله المضيئة فى بقاع العالم المختلفة .

ختاما ــ أرجو أن يكون نشر هذه الدراسات مجتمعة فى كتاب واحد اسهاما علميا فى بلورة بعض المشكلات المؤثرة على المسيرة التنموية والتى يمكن من خلال المواجهة العلميه لها تحقيق التقدم لبلادنا الحبيبه .

والله ولى التوفيق .

على عجــوة

العجوزة فى أكتوبر ١٩٨٥ .

الدراسة الاولى

العلاقات العامة وقضايا التنمية في مصر

بسم الله الرحمن الرحيم

مقـــدمة

تواجه جمهورية مصر العـــربية العديد من المشكلات الاقتصـــادية والسياسية والادارية والاجتماعية فى محاولاتها لتحقيق التقدم والرخاء للشعب المصرى • ولمـــا كان من المؤكد أن جهود الحكومة منفردة فى هذا الشأن لا تكفى لانجاز ذلك الهدف فقد أصبح من الضرورى أن يشارك جميع أفراد الشعب فى تحقيق التنمية بأبعـــادها المختلفة • ولكى يقـــوم هؤلاء الأفراد بالمشـــاركة فى تنمية مجتمعهم لابد أن يعرفوا المشكلات الأساسية التى تواجه المجتمع ، والدور الذى يمكن أن يقوموا به كأفراد أو كجماعات للتغلب على هذه المشكلات • **وهذه مشكلة اتصال اعلامى** Informative Communication .

كما أنه من الثابت أيضا أن الاعلام وحده لا يكفى لتغيير ســـلوك الجماهير ، وانما يلزم اثارة اهتمـــام الأفراد بالسلوك الجديد واقناعهم بممارسته • **وهذه مشكلة اتصال تأثيرى** Persuasive Communication .
واذا كان الأفراد يرتدون عن ممارســـة السلوك الجـــديد لأدنى عقبة تصادفهم فقـــد أصبح من اللازم القيـــام بنوع من التقويم المستمر والمتابعة للتعرف على آراء الناس واتجاهاتهم والدوافع المؤيدة أو المثبطة لممارسة سلوك معين ، وهذه مرة ثالثة **مشكلة اتصال صاعد من الجماهير الى القيادات المخططة** Communication Research لتقويم الموقف تقويما سليما ووضع الخطط العلمية التى تكفل زيادة فاعلية الاتصال •

واذا كانت العلاقات العامة بمفهومها الحديث تتضمن هذه الوظائف الاتصالية التى تهدف الى تحقيق التكيف بين المنظمة وسياستها من ناحية والأفراد الذين تتعامل معهم أو تتأثر بهم من ناحية أخرى ، فقد أصبح من

الضرورى أن نبحث دور العلاقات العامة فى تحقيق هذه الوظيفة الاتصالية على المستوى المركزى للدولة من خلال وسائل الاتصـــال الجماهيرية ، وكذلك دورها على المستوى اللامركزى من خـــلال ادارات العلاقات العامة فى الوزارات والهيئات والشركات المختلفة .

خطة البحث :

ينقسم هـــذا البحث الى ثلاثة مباحث رئيسية : نتناول فى أولاها المشكلات التى تواجه التنمية فى مصر لتحديد الدور الذى يمكن أن تقوم به العلاقات العامة فى التغلب على هـــذه المشكلات . وفى المبحث الثانى نتناول دور العلاقات العـــامة على المستوى المركزى للدولة من خـــلال وسائل الاتصال الجمـــاهيرى والجهات الأخرى المختصة بالتوعية . أما المبحث الثالث فيركز على دور ادارات العلاقات العامة بالمنظمات المختلفة فى تغيير أنماط السلوك السائدة والاقناع بممارسة أنماط سلوكية جديدة تساعد على نجاح خطة التنمية .

وبعد — فاننى أقدم هذه الدراسة الى المشتغلين بالعلاقات العامة فى مختلف المنظمات ، والى رجال الاعلام ، راجيا أن أسهم بجهـــدى هذا المتواضع فى بلورة دور العلاقات العامة ازاء التحديات التى تعوق تحقيق الرخاء والتقدم لبلادنا الحبيبة .

والله ولى التوفيق .

على عجـــوة

القاهرة : نوفمبر ١٩٧٧

المبحث الأول
التحديات التى تواجه التنمية فى مصر

يمكن تعريف التنمية بمعناها العام بأنها ذلك الكل المعقد من الاجراءات والعمليات المتتالية والمستمرة التى يقوم بها مجتمع ما للتحكم فى اتجاه وسرعة التغيير الحضارى بهدف اشباع حاجاته ، أى أن التنمية ما هى الا عملية تغيير مقصود وموجه بهدف اشباع حاجات الانسان [١] .

واذا كانت العوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والادارية تمثل بصفة عامة عناصر تقويم المجتمعات ومقياس تطورها الحضارى ، فقد أصبح من الضرورى لأى مجتمع ينشد الانتقال من مرحلة التخلف الى مرحلة التقدم أن يتعرف بدقة على أوضاعه الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والادارية لتحديد ما يجب تغييره من هذه الأوضاع لكى يجتاز مرحلة التخلف الى تجثم على صدره ، وتتزيد مشاكله يوما بعد يوم .

حقيقة أن بعض هذه الأوضاع يخرج فى محاولات تغييره عن امكانات الأفراد والجماعات ، وقد تعجز الحكومات نفسها عن احداث هذا التغيير تحت تأثير المتغيرات الدولية التى لا تملك السيطرة عليها ، أو ضآلة الموارد الوطنية . أو غير ذلك من المشكلات الداخلية التى يصعب التغلب عليها فى وقت قصير . ورغم ذلك فان التعرف على هذه المشكلات يساعد المؤسسات الرسمية والشعبية وكذلك الأفراد على المشاركة فى الجهود التنموية التى تبذلها الحكومات والتى يقوم بانجازها ويستفيد من عائدها الأفراد أنفسهم .

وهذا يدفعنا الى محاولة التعرف على المشكلات التى تواجه التنمية فى مصر وصولا الى تحديد واضح لدور العلاقات العامة فى التغلب عليها .

---

(١) عبد المنعم شوقى ، واحمد الدفراوى : تنمية المجتمع الريفى ، القاهرة ، امانة الحكم المحلى ، ١٩٧٦ ، ص ١٠

اولا – المجال الاقتصادى

من الثابت أن الأوضاع الاقتصادية لأى مجتمع من المجتمعات لا يمكن عزلها عن الأوضاع السياسية والاجتماعية والادارية ، فهى جميعا تتداخل وتتبادل التأثير فيما بينها • وحينما نلجأ الى الفصل بين هذه العوامل فاننا نفعل ذلك لأغراض الدراسة العلمية ، آخذين فى الاعتبار التأثير التكاملى لحصيلة هذه العوامل • فحينما تسوء العلاقات السياسة بين مصر والولايات المتحدة الأمريكية أو الاتحاد السوفيتى أو غيرها ينعكس ذلك بشكل واضح على التسهيلات الاقتصادية التى تقدمها هذه الدولة لمصر ، وأحيانا يوقف تصدير بعض السلع الاستراتيجية التى تحتاج اليها دولة معينة نتيجة لتدهور العلاقات السياسية بينها وبين الدولة المصدرة •

كما أن تخلف الجهاز الادارى وبطء الاجراءات الناتجة عن هذا التخلف يؤثر بلا شك على تنفيذ المشروعات الاقتصادية ويرفع نسبة الفاقد والمعطل فى كثير من المجالات • وفى نفس الوقت فان انخفاض نسبة التعليم و انتشار الأمية ، أو ضعف الصحة العامة ، أو التزايد السكانى السريع ، أو انتشار بعض العادات الاجتماعية التى لا تتفق والتنمية الاقتصادية ، كل ذلك يؤثر بلا شك على الحصيلة النهائية للتنمية الوطنية الشاملة •

وهناك من يرى أن التزايد السكانى السريع فى ظل الموارد الطبيعية المحدودة يعتبر عاملا معوقا للتنمية الاقتصادية • بينما يرى آخرون أن التقدم التكنولوجى عامل حاسم وكاف للتغلب على أية ضغوط قد تفرضها زيادة السكان أو حتى ندرة الموارد الطبيعية (٢) •

ومهما يكن من أمر فان جميع نظريات التنمية الاقتصادية ترى أن

---

(٢) محمد على الليثى : التنمية الاقتصادية ، الاسكندرية ، دار الجامعات المصرية ، ١٩٧٤ ، ص ٤٦.

جوهر هذه التنمية هو الزيادة السريعة فى القوة الانتاجية الاقتصادية للمجتمع [٣] • وهذه هى المشكلة الاساسية أيا كانت المتغيرات أو الظروف الخاصة بكل مجتمع والتى تحدد فى النهاية البدائل المطروحة لتحقيق هذه الزيادة فى القوة الانتاجية للمجتمع • وبصفة عامة فان عناصر التنمية الاقتصادية تتطلب توفير العناصر الثلاثة التالية :

١ — عناصر الانتاج [٤] :

يعرف علماء الاقتصاد الانتاج بأنه زيادة المتاح من السلع والخدمات النافعة ، أى السلع والخدمات التى يؤدى استخدامها الى اشباع حاجات الأفراد • وتقوم العملية الانتاجية على أربعة عناصر : أولهـا الطبيعة ، وتشمل الأرض والبيئة والطاقة وكل ما تمد به الطبيعة من عوامل تساعد على الانتاج وتحتاج الى بذل مجهود لاستغلالها والاستفادة منها • وهذا يؤدى الى العنصر الثانى وهو العمل Labour الذى يقوم به الأفراد لتحقيق مصلحتهم الخاصة ومصالح الآخرين •

أما العنصر الثالث فيتمثل فى رأس المال ، وهو فى الواقع نتاج تفاعل العنصرين الأولين ، ولذلك يعرفه رجال الاقتصاد بأنه « ثروة ناتجة عن عمل سابق وتستخدم فى انتاج ثروة جديدة » • ومن ثم فان رأس المال يشمل المصانع والآلات ، وسائر الأدوات المستخدمة فى الانتاج ، بالاضافة الى المواد الخام والمواد نصف المصنوعة ومواد الوقود • ثم يأتى العنصر الرابع من عناصر العملية الانتاجية وهو التنظيم أو التأليف أو التجميع بين عناصر الانتاج الرئيسية الثلاث (الطبيعة — العمل — رأس المال) بنسبة معينة حتى يمكن تحقيق أكبر ربح ممكن بأقل تكلفة ممكنة •

---

(٣) شرام ، ويلبور : اجهزة الاعلام والتنمية الوطنية ، دور الاعلام فى البلدان النامية ، ترجمة محمد فتحى ، القاهرة الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر ، ١٩٧٠ ، ص ٣٨ .

(٤) على لطفى : مقدمة فى علم الاقتصاد ، القاهرة مكتبة عين شمس ، ١٩٦٧ • ص ١٨٥ الى ص ١٩٤ .

٢ — الخطة :

التخطيط هو ذلك النشــاط العقلى الارادى الذى يوجه لاختيار أمثل استخدام ممكن لمجموعة من الطاقات المتاحة لتحقيق أغراض معينة فى فترة زمنية محددة ومن هــذه نتبين أن المتغيرات الأساسية التى تحــكم عملية التخطيط هى : الأغراض أو الأهــداف ، والموارد أو الامكانات ، والوقت المتاح للتنفيذ أو المحــدد له [٥] • والخطة على مستوى الدولة أو الاقليم هى برنامج اقتصــادى واجتماعى متناسق يتضمن تحقيق أهداف محددة خلال فترة زمنية معينة باستغلال الطاقات والامكانات المتاحة • وهناك مقومات أساسية يجب مراعاتهــا عند وضع الخطة وهى الأهــداف الواقعية المحددة ، والقدرة على التنبؤ بالمعوقات والتعامل معهــا ، والتنسيق بين الادارات المختلفة ، والشمول وأخيرا الأخذ بالأسلوب المركزى فى الاعداد واللامركزى فى التنفيذ •

٣ — الاستثمارات :

بعد أن يتم تحديد أهداف الخطة الاقتصادية لابد من تقدير حجم الاستثمارات اللازمة لتحقيق هذه الأهداف • وهناك مصدران أساسيان لتكوين رأس المــال اللازم للاستثمار ، وهمـــا : المدخرات المحلية ، والقروض الأجنبية • ويتوقف حجم المدخرات المحلية بصفة أساسية على حجم الدخل القومى من جهة وعلى رغبة الأفراد ومشاركتهم فى عملية الادخار من جهة أخرى • أما المصدر الثانى وهو القروض الأجنبية فان حجمها يتوقف على اعتبارات يتعلق معظمها بعلاقات الدولة بالدول التى تقدم القروض •

فى ضوء هذا العرض الموجز للعناصر الأساسية للتنمية الاقتصادية نستطيع أن نقول أن المشكلة الأولى التى تواجه التنمية فى مصر تتمثل

---

(٥) على عجوة : الاسس العلمية للعلاقات العامة ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٧٧ ، ص ٨٥ •

أساسا فى نقص رؤوس الأموال والذى يرجع الى عدة أســــباب فى مقدمتها :

(أ) قلة المدخرات المحلية •

(ب) تراكم الديون الخــارجية واستهلاك جــزء من القــروض الخارجية فى تسديدها ، بالاضــافة الى توجيه جزء آخر الى مشروعات ليس لها الطابع الانتاجى •

(جـ) زيادة حجم الانفاق الحكومى تحت ضغط الحاجة الملحة الى التوسع فى الخدمات واصلاح المرافق •

(د) استنزاف جزء كبير من ميزانية الدولة لأغراض الانفــــاق العســكرى •

(هـ) تزايد حجم الدعم الحكومى لبعض السلع لتخفيف العبء عن أصحاب الدخــول الصغيرة •

(و) ضآلة حصــــيلة الضرائب بسبب عجز قوانين الضرائب عن الوصول الى أصحاب الدخول الكبيرة •

كما تعــانى الدولة من كثرة الفــاقد والتالف والمعطل من أدوات الانتاج ووسائل الخدمات نتيجة التخبط فى التخطيط والتعثر فى التنفيذ بالنسبة لبعض المشروعات بسبب نقص رؤوس الأموال ومحاولة تغطية العجز فى الموازنة العــامة للدولة • ويؤدى ذلك بالضرورة الى ارتفاع تكاليف المشروعات التى تنفذ فى مدى زمنى أطول من اللازم ، وخاصة مع الاعتماد على العمــل اليدوى البدائى • ونظرة بسيطة الى عمليــات الحفر المستمرة فى شوارع القاهرة الكبرى والوقت الذى يستغرقه اعادة الرصف ان حدث تؤيد ما نقول • ويشهد على ذلك أيضا اشغالات الطرق التى تضيق الخناق على الطرق الرئيسية فى العاصمة لفترات طويلة •

ثانيا ــ المجال السياسى :

تحتاج دراسة الأوضاع السياسية الراهنة والمقــدمات التى أدت

اليها الى جهد أكبر كثيرا من حدود هذا البحث • ولذلك سوف نتناولها بايجاز شديد يتفق وأغراض هـذه الدراسة •

فرضت ظروف مصر الجغـرافية الكثير من المشكلات والأزمات التى عانى منهـا الشعب المصرى مرارا وتكرارا • فقد سـعى اليها الطامعون قديما وحديثا للسيطرة على أحد طرق التجارة الرئيسية فى العالم • كما انها اندفعت بايمان راسخ لتحمل مسئولياتها القومية فى صد العدوان عن الدول العربية الشقيقة ، واحباط المؤامرات التى تدبر فى الخفاء للسيطرة على مقدرات المنطقة التى نعيش فيهـا • ولم تقف مصر موقف المتفرج ازاء حركات التحرر الافريقية والآسيوية ، بل مدت لها يد العون بسخاء كبير • وقد كان لقيام مصر بهذا الدور النضالى أن أصبحت هدفا مستمرا لقوى الاستعمار المختلفة التى مارست ضـدها كافة الضغوط السياسية والاقتصادية والعسكرية مستهدفة تدميرها وشل حركتها والسيطرة على ارادتها •

واستفادت هـذه القوى الاستعمارية من زرع اسرائيل فى قلب العالم العربى لتوجيه الضربات المتتالية الى الأمة العـربية وفى مقدمتها مصر ، التى خاضت ثلاثة حروب مريرة ضـد الاستعمار والصهيونية فى أقل من عشرين عاما قبل أن تتمكن من توجيه ضربتها القوية للصهيونية فى أكتوبر العظيم • وقد استنزفت هذه الحروب الكثير من موارد مصر الاقتصادية وأوقفت الكثير من مشروعات التنمية على اختلاف أنواعها •

كما سعت القوى الاستعمارية ومازالت الى ضرب النظام السياسى من الداخل وجربت سلاح الفتنة الطائفية أكثر من مرة ، ولكنها فشلت ازاء وعى مسلمى مصر وأقباطها ، وتداركهم السريع لأى أحداث مفتعلة ، ووقوفهم فى وجه تلك المحـاولات فى اصرار دائم على حمـاية الوحدة الوطنية [٦] • وسعت القوى الاستعمارية الغـربية والشرقية على السواء

(٦) الاهرام ، والاخبار : عـدد ٢٩ سبتمبر ١٩٧٧ ، خطاب رئيس جمهورية مصر العربية فى الاجتماع المشترك للجنة المركزية للاتحاد الاشتراكى العربى ومجلس الشعب فى الذكرى السابعة لوفاة جمال عبد الناصر .

الى استغلال الأزمات الاقتصادية التى تتعرض لها مصر نتيجة لسياستها التحررية فشنت عليها حمــلات التشكيك المستمرة مستغلة بعض الانحرافات التى تحدث فى أى نظام فى طور البناء مما أدى الى حدوث بعض الحركات التخريبية التى أضرت هى الأخرى بالاقتصـاد الوطنى أكثر من مرة •

ونتيجة لفشل التنظيمات الســياسية التى أعقبت قيـام الثورة واستمرت ما يقرب من خمس وعشرين سـنة بعد قيامها سمح بقيام الأحزاب بهدف تحقيق الديمقـراطية وتدعيم حرية المواطن فى العمـل السياسى • ومازالت هذه الممارسة السياسية الجديدة فى طور البداية بما لا يسمح بالحكم عليهـا ، ومع ذلك فانه من الواضح أن قوى متعددة فى الداخل والخارج تحاول استغلالها ضد الصالح الوطنى •

ثالثا — المجال الادارى :

لوحظ عند تقويم الخطة الخمسية الثـانية فى الهند انها أخفقت بمقدار يقرب من ٥٠ ٪ ، وأن سـبب الاخفـاق فى تقـدير الخبراء سواء أكانوا أجانب أم من الهنود يرجع الى عدم تمكن الجهاز الادارى فى الهند من تحمل مسئولياته للقيـام بالأعباء الملقاة على عاتقه فى تنفيذ الخطة [٧] •

فالجهاز الادارى فى الدول النامية يقـوم بدور رئيسى فى عمليات التنمية نتيجـة للتطور التالى :

١ — أن الاستقلال السياسى لا يتأكد الا بالتنمية الاقتصادية •

٢ — أن التنمية الاقتصـادية لا تتحقق بالسرعة المطلوبة الا بالنمو الصناعى ، اذ أن الاقتصاد الزراعى يعجز عن تحقيق معـدلات النمو المطلوبة •

---

(٧) عبد الكريم درويش ، وليلى تكلا : اصول الادارة العامة ، القاهرة مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٧٤ ، ص ١٨٩ — ١٩٠ •

٣ — أن التصنيع يحتاج الى تحولات اجتماعية أساسيه ولا يتحقق وأحيانا لا يبدأ الا بقيام السياسه العامة مباشرة عن طريق **جهازها الادارى** بدور رئيسى فى تحقيقه (٨) •

ومن الواضح أن القادة الاداريين بالحكومة يؤدون دورين هامين : الأول يتصل بالسياسة والثانى يتصل بالادارة • ومزج هذين الدورين معا يؤدى الى تمشى سياسة التنفيذ مع السياسة العامة ، مما يؤكد الفرض القائل بأن كل ادارى سياسى • ويلاحظ أنه كلما ارتقى الادارى فى السدرج التنفيذى زادت الصفة السياسية لعمله ، وتأثرت بذلك القرارات التى يتخذها • ويتناسب هذا الدور السياسى فى عمل الاداريين تناسبا طرديا مع زيادة اتصال العمال بالجماهير ، فادارة المؤسسات ذات الصلة الوثيقة بالجماهير أصعب بكثير من ادارة غيرها من المؤسسات ذات الاتصالات المحدودة (٩) •

ومن ناحية أخرى فان الادارة العامة وان كانت أصلا تختص بتنفيذ السياسة العامة ، الا أنه لا يمكن تجريدها — من الوجهة العملية لا النظرية — من الاشتراك فى وضع هذه السياسة • والواقع أن الهيئات التشريعية لا تحتكر وظيفة التشريع فالوزراء وهم رؤساء الأجهزة التنفيذية يشاركون السلطة التشريعية فى وضع السياسة العامة • وقد اقتضت الظروف العملية أن يسود هذا النمط فى العمل • ولذلك لا يوجد خط فاصل واضح بين السياسة والادارة بحيث تصبحان منطقتين منفصلتين (١٠) •

ويترتب على الارتباط بين العمل السياسى والادارى بضعة التزامات يتعين على القادة الاداريين التنبه لها (١١) :

---

(٨) أحمد رشيد : ادارة التنمية والاصلاح الادارى ، القاهرة ، دار النهضة العربية ، ١٩٧٤ ، ص ٦ •

(٩) عبد الكريم درويش ، وليلى تكلا : المرجع السابق ص ٣٩٦ •

(١٠) عبد الملك عودة : الادارة العامة والسياسة ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٦٣ ، ص ٥٢ •

(١١) عبد الكريم درويش وليلى تكلا : مرجع سابق ، ص ١٩٧ ، ١٩٨ •

١ — أن القادة الاداريين يجب أن يهدفوا دائما فى عملهم الى تمشى سياسه التنفيذ مع السياسة العامة للدولة •

٢ — أن يكون الصالح العام رائد هؤلاء القـادة فى كل القرارات التى تصـدر عنهم •

٣ — الالتزام باقامة علاقات طيبة مع الشعب ، ذلك أن العـلاقات الطيبة هى أساس العمل التنفيذى السياسى •

وبعد هذا العرض الموجز لدور الادارة وأهميتها فى التنمية ننتقل الى المشـكلات التى تواجه الادارة فى مصر كمـا عبرت عنها مناقشات رئيس الوزراء مع خبراء الادارة خلال شـهر يونيـو ١٩٧٤ ، والتى تتلخص فى النقاط الخمس التالية (١٢) :

١ — التغييرات المتلاحقة فى الأجهزة الادارية فى صـورة انشاء أو الغاء أو ادماج أو اضـافة أو اعادة تقسيم أو نقل تبعية ، كل ذلك على فترات متقاربة ، دون أن يحكم هـذه التغييرات السريعة خطة تنظيمية واضحة الأمر الذى نتج عنه مشكلات ادارية متعددة •

٢ — تخلف بعض القوانين واللوائح المطبقة حاليا عن توفير المرونة والحرية للادارة لمواجهة الظروف المتطورة ، والتى تدفع المسئولين أحيانا الى اتخـاذ قرارات متخطية نصـوصها حتى يمكن أن يسايروا ظروف العمل . فضلا عن أن الحاجة أصبحت ملحة الى تطوير جميع التشريعات خاصة فى ظل الانفتاح الاقتصادى •

٣ — عدم وضوح الاختصاصات الرئيسية ، كما أن الاختصاصات التفصيلية يشوبها الغموض وعـدم الوضوح حيث يصـاغ الكثير من الاختصاصات فى ألفاظ عامة مبهمة وغير محددة المعانى • وبالاضافة الى ذلك فانه كثيرا ما يحدث أن تزدوج الاختصاصات فى الأجهزة الادارية نتيجة عدم وجود سياسة محـددة عند انشائها أو وضـع أنظمتهـا الداخليـة •

---

(١٢) مجلة الادارة : المجلد السابع ، العدد الثانى ، اكتوبر سنة ١٩٧٤ .

٤ — مشكلات سوء اعداد وتوزيع القوى العاملة نتيجة عدم الربط بين نظام التعليم واحتياجات قطـاعات العمل المختلفة ، وكذلك سـوء توزيع الأيدى العاملة على الاحتياجات المختلفة للأنشطة الاقتصادية .

٥ — تعقد الاجراءات الادارية نتيجة لتعدد الخطوات التى يتطلبها تقديم الخدمة أو الانتهـاء من الاجراء ، أو طول الوقت الذى يستغرقه انجازها ، أو سوء تنظيم واعـداد النماذج والسجلات ، والحاجة الى تطوير اجراءات العمل خاصة فى أجهزة الخدمات العامة ، والأجهزة التى تتعامل مـع المستثمرين الأجانب .

ويمكن للباحث أن يضيف الى هـذه المشكلات الخمس مشكلة سادسة هى النظرة الضيقة ذات البعد المحدود عند اتخاذ بعض القرارات وافتقار عملية التخطيط فى كثير من الأحيان الى النظرة الشمولية التى تدرك كافة الظروف الداخلية للمنظمة ، بالاضافة الى الظروف الخارجية التى تتعلق بالمنظمات الأخرى المؤثرة على نشاطات وسياسات تلك المنظمة أو النظرة المستقبلية البعيدة المدى التى تأخذ فى اعتبارها كل المتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية المحلية والدولية .

ولتوضيح هذه المشكلة نشير الى ما جاء بجـريدة الأهرام تحت عنوان : بلاغ الى وزير النقل البحرى والتموين (١٣) .

ذكر البلاغ أن السـفينة اليونانية « ماريتا » قـد وصلت الى الاسكندرية فى يوليو الماضى قادمة من أورجواى ، وتحمـل فى ثلاجاتها ٣٨١١ طنا من اللحوم المجمـدة لحساب الشركة المصرية العامة للدواجن واللحوم .. وبسبب الزحام الشـديد فى ميناء الاسـكندرية لم تفرغ شحنتها فيه وانها وجهت الى ميناء بورسعيد . وظلت السفينة ٢٦ يوما فى الميناء دون أن تبدأ فى تفريغ حمولتها ، وفى ٢٩ أغسطس بدأ التفريغ وبلغ حجم الحمـولة التى فرغت حتى تاريخ النشر ١٦٠٠ طن . وبلغت

---

(١٣) الأهرام : ٢٧ سبتمبر ١٩٧٧ .

قيمه الغرامات المستحقه على الشركه المستوردة بسبب التأخير حتى اليوم المذكور ١٦٥ ألف دولار تدفعهــا خزينه الدولة بالاضافة الى ما يساوى نفس المبلغ تقريبا قيمه الغرامات المرتقبه عند نهايه التفريغ •

وقد ردت الشركه المستوردة على هذا البلاغ قائلة أن الجهة الموردة هى التى اخطأت بارسال هذه الكميات الضخمة ، وانها أرسلت لها برقية تحملها مسئوليه ذلك ، وتطالبها بدفع غرامات التأخير اعتمــــادا على ما تضمنه العقد من توزيع هده الكميات على مدار السنة (١٤) • وان صح هذا الرد بالنسبة للكميات الزائدة فمن يتحمل مسئولية تأخير البدء فى التفريغ للكميه التى كان مقررا طبقا لتواريخ التوريد أن تصــل فى ذلك الوقت . وظلت تنتظر ما يزيد عن الشهر قبل أن يبدأ تفريغها •

ولا شك أن هناك أمثلة أخرى عديدة فى هذا المجال تسبب الزحام الشديد فى الموانى وتزيد من أزمة التكدس بهــــا • ولو أن الشركة المستوردة قدرت سلفا الأماكن الكافية فى ثلاجات الميناء أو مخازنها لمـــا لجأت الى استيراد كميات بهذا الحجم يبدأ وصــولها فى أكثر الأوقات ازدحاما بحركة النقل البحرى والبرى •

وثمة مشكلة سابعة يرى الباحث انها تسبب فقدانا لكثير من الموارد والطاقات ، وهى ضعف أساليب المتابعة والرقابة لاكتشاف حجم الانجازات الحقيقية . والتعرف على الأخطاء التى صاحبت التنفيذ وبالتالى يمكن تداركها ومحاسبة المسئولين عن أى قصور أو اهمال •

رابعا — المجــال الاجتماعى :

لمــا كان الانسان هو صانع التنمية وهو فى نفس الوقت الهــدف منه . فقد أصبح من الضرورى تهيئة هذا الانسان للقيام بهذا الدور وتغيير أنماط سلوكه التى تقف عقبه أمام التطور • وقد درس فردريك

(١٤) الأهرام : اول اكتوبر ١٩٧٧ .

هاربيسون مؤخرا مشكلات القوة البشرية فى ٧٥ بلدا وأجمل رأيه فيما يلى :

« ان تقدم أمة من الأمم يعتمد أولا وقبل كل شىء على شعبها • فما لم تنم الأمة روح الشعب والطاقات البشرية فهى غير قادرة على أن تنمى أى شىء آخر ، ماديا أو اقتصاديا أو سياسيا أو ثقافيا • المشكلة الأساسية لمعظم الدول المتخلفة — ليس الفقر فى الموارد الطبيعية وانما التخلف فى الموارد الانسانية • ومن هنا كان واجبها الأول هو بناء الأفراد أو بناء رأس المال البشرى • ومعنى هذا رفع مستوى التعليم والمهارات وبث الأمل فى النفوس • وبالتالى تحسين الصحة العقلية والجسمانية لرجالها ونسائها وأطفالها » (١٥) •

وفيما يتعلق بمصر فاننا نستطيع أن نحدد المشكلات الاجتماعية التى تواجهها على النحو التالى :

١ — التعليم :

لجمهورية مصر العربية مشكلة مختلفة بعض الشىء عما ذكره هاربيسون فى الموارد البشرية ، فلديها كفايات مدربة تدريبا عاليا فى بعض المجالات أكثر مما تحتاج اليه • ويتخرج فى جامعتها أعداد كبيرة جدا لا تستطيع الحكومة أن تدبر لهم جميعا أعمالا فى داخل البلاد ، ولذلك تشجعهم على العمل فى البلدان المجاورة • واذا كان عدد الطلاب فى جامعات مصر بالنسبة لعدد السكان أكبر من المملكة المتحدة وضعف ألمانيا الاتحادية ، فان نسبة النشىء من تلاميذ المدارس الأولية منخفضة كما أن نسبة الأميين رغم تناقصها فى السنوات الأخيرة مازالت مرتفعة (١٦) •

---

(١٥) شرام ، ويلبور : المرجع السابق ، ص ٤٦ •

(١٦) انخفضت نسبة الأمية من ٥ر٧٠ ٪ فى تعداد ١٩٦٠ الى ٥ر٥٦٪ فى تعداد ١٩٧٦ •

انظر الاهرام الاقتصادى ، اول مايو ١٩٧٧ • **ملحق سكان مصر** ، نتائج التعداد العام للسكان والاسكان نوفمبر ١٩٧٦ ص ٣٢ •

ورغم زيادة أعداد خريجى الجامعات فهناك نقص شـــديد فى الفنيين والعمال المهرة ، وهى نفس المشكلة التى تعانى منها الهند وهو ما يتحتم معه على كل من مصر والهند أن تعيدا النظر فى سياستهما التعليمية والتدريبية لتلائم ظروفهما واحتياجاتهما [١٧] .

٢ — الظروف الصحية :

لتعبئة الموارد البشرية للتنمية الوطنية يلزم الاهتمـــام بصحة الشعب ، وهذا الاهتمام لا ينصب فقط على تقديم الخدمات الطبية والعلاجية ، وانما يتطلب أيضا تعليم عادات صحية جديدة ، ووضع اللوائح والقوانين اللازمة لحماية الصحة العامة من عبث المستهترين . كما يلزم أن تكون اجراءات الوقاية من الأمراض وفى مقدمتها النظافة العامة لجميع المناطق الريفية والحضرية فى بؤرة اهتمام المسئولين عن صحة هــذا الشعب .

وللأسف الشـــديد فان جهود وزارة الصحة فى مصر تقصر على تحقيق هذا الهدف . فالمخلفات وأكوام القمامة تجد لهـــا مكانا وسط التجمعات السكانية بسبب عدم كفاية سيارات نقل القمامة . ومخلفات المجارى تصب فى أطراف المدن وتعجز عن السير بعيدا فى أعمـــاق الصحراء . وبعض الأفـــراد الذين ينقصهم الوعى الصحى يقومون بتربية الحيوانات الأليفة والدواجن فوق أسطح المنازل أوفى الفراغات المحيطة بالبيوت . والأجهزة المسئولة عن ازالة هذه المخلفات لا تتحرك الا قليلا ، واذا حدث فالمتابعة غير كافية لمنع الأفراد من العودة الى هذا السلوك الضار بصحة المواطنين ونظافة البيئة .

وتتسبب العادات الصحية السيئة فى انتشار بعض الأمراض فى الريف والحضر على الســـواء . ففى الريف المصرى تنتشر أمراض العيون بنســبة ٩٠ ٪ ، كمـــا تنتشر الأمراض المتوطنه كالبلهارسيا

---

(١٧) شرام ، ويلبور : المرجع السابق ص ٤٧ .

والاسكارس وتبلغ نسبة الاصـابة بها بين ٣٠ الى ٧٠ ٪ أو أكثر • ولهذه الأمراض آثار خطيرة على صحة المصابين بها فهى تسبب أمراض الانيميا التى تضعف الحيوية وتقلل من قدرة الأفراد على الانتاج • كما تنتشر الأمراض الوبائيـة كالتيفـود والحصبة والدفتريا والدوسنتاريا والتيفوس بسبب انتشار الذباب والحشرات [١٨] • وقد انتقل الكثير من هـذه الأمراض الى الحضر مع تزايد اتجاه الهجـرة من الريف فى السنوات الأخيرة •

٣ ـ الانفجار السكانى :

تعتبر المشـكلة السكانية من أخطر المشكلات التى تواجه مصر اجتماعيـا واقتصاديا فى ظل المـوارد الاقتصادية المتاحة والمستغلة فى الوقت الحاضر • فقد دخلت مصر مرحلة الانفجار السكانى فى أعقاب الحرب العالمية الثانية حينما هبطت نسبة الوفيـات هبوطا ملحوظا من ٢٨ فى الألف عام ١٩٢٠ الى ١٩ فى الألف عام ١٩٥٠ ، ثم الى ١٤ فى الألف عام ١٩٦٥ • وأدى ذلك الى ارتفاع معدل الزيادة الطبيعية ، حيث ظل معـدل المواليد يتذبذب فى الفتـرة من عام ١٩٢٠ الى ١٩٦٥ بين ٤٠ فى الألف ، ٤٤ فى الألف بمتوسط قدره ٤٢ فى الألف سنويا [١٩] وأدى ذلك الى ارتفـاع معدل الزيادة الطبيعية من ١٤ فى الألف عام ١٩٢٠ الى ٢٨ فى الألف أى الضعف عام ١٩٦٥ •

ثم بدأ الانخفاض البطىء غير المنتظم من عام ١٩٦٦ حيث بلغ معدل الزيادة ٢٥ فى الألف الى أن وصل الى ٢٠ فى الألف عام ١٩٧٠ ، ولكنه عاد الى الارتفاع بعـد ذلك ليتراوح بين ٢١ ، ٢٣ فى الألف خـلال السنوات التالية •

وقد ترتب على هذا التزايد السريع فى عدد السكان انخفاض نصيب

---

(١٨) عبد الباسط محمد حسن : التنمية الاجتماعية ، القاهرة ، مكتبة وهبة ، ١٩٧٧ ص ٣٧٧ •

(١٩) الكتاب السنوى للاحصاء ، عام ١٩٧٥ ، ص ١٩ •

الفرد من المساحة المزروعة من ٥٢ر٠ من الفـدان عام ١٨٩٧ لتصل الى ٢١ر٠ عام ١٩٧٠ ، ورغم تضاعف المساحة المحصولية فى نفس الفترة فقد انخفض نصيب الفـرد من ٧٠ر٠ عام ١٨٩٧ ليصـل الى ٣٤ر٠ عام ١٩٧٠ [٢٠] .

ومن آثار الضغط السـكانى على الأراضى الزراعيـة فى الريف المصرى البطالة باشكالها المختلفة ، من بطالة كاملة الى بطالة موسمية الى بطالة مقنعة ، الأمر الذى ترتب عليه تدفق المهاجرين من الريف الى المدن الكبرى . واذا كانت فرص العمل فى المدن تضيق شيئا فشيئا فان هؤلاء الوافدين يمثلون عبئا كبيرا على هـذه المدن بما يقومون به من أعمال طفيلية وما يسببونه فى نفس الوقت من مشكلات اجتماعية خطيرة [٢١] .

ومن مظاهر الضغط السكانى على الأرض الزراعية — أيضـا — عدم كفاية الانتاج فى معظم المحاصيل الغذائية لحاجات السكان . فعلى الرغم من الزيادة الملحوظة فى انتاج القمح على سبيل المثال فان واردات مصر منه فى تزايد مستمر . وأصبح القمح يتصـدر قائمة الواردات فى تجارة مصر الخارجية [٢٢] .

ولقد ألقت المشـكلة السكانية ظلالها على الخـدمات الصحية والتعليمية ، فتدهور مستواها وتناقصت امكاناتها وأصبحت عـاجزة عن الوفاء الكامل بمتطلبات أفراد الشعب الذين يتزايدون بصورة أكبر من نمو هذه الخدمات وتطورها . كما تدهور مستوى الخدمة فى كثير من المرافق العامة وأصبحت قاصرة عن سداد احتياجات السكان المتزايدين بسرعة بالغة رغم الجهود التى تبذل فى سبيل أزمة المساكن والمواصلات والمياه والكهرباء والمجارى وغيرها .

---

(٢٠) دراسات سكانية : نشرة يصدرها مكتب البحوث بجهاز تنظيم الأسرة والسكان . العدد الخامس عشر ، ديسمبر ١٩٧٤ (عن مقال د . محمد صبحى عبد الحكيم) ص ١٥ .

(٢١) المرجع السابق ص ١٦ .

(٢٢) نفس المرجع ، ص ٢٦ .

واذا كان العمـل فى الدول العربيـه قد فتح فرصا متزايدة أمام المصريين فى السنوات الأخيرة الا أنه لا يشكل الا نسبة ضئيلة من الحجم الكلى للسكان • ومعنى هذا أن حل المشكلة لابد أن يكون داخل مصر نفسها ، وهو الحل الذى يعتمد أساسا على التنمية الاقتصادية من ناحية وتنظيم الأسرة من ناحية أخرى • ولا تقل أيا من هاتين الوسيلتين أهمية عن الأخرى • فالموارد الاقتصادية أشبه برجل يمشى الهوينى وراء حصان جامح هـو التزايد السكانى السريع • ومادام الرجـل محتفظا ببطئه والحصان مستمرا فى جموحه فلن تستطيع التنمية أن تلحق بالسكان فى نموهم الا اذا زدنا من سرعة الرجل وخفضنا من سرعة الحصان (٢٣) •

٤ ـ العادات والتقاليد :

تقف بعض العادات والتقاليد المتوارثة عقبة فى طريق التنمية بمـا تستنزفه من مدخرات بعض الأفراد وحاجاتهم الأساسية ، وما تضيفه من أعباء وديون مستمرة على ذوى الدخول المحدودة • وتأتى الأفراح والمآتم والأعياد الدينية فى مقدمة المناسبات التى تجعل الكثيرين ينفقون ببذخ فيما لا فائدة منه سوى التظاهر أو تجنب ألسنة السوء كما يزعم البعض • وبدلا من أن تستغل هذه المناسبات فى الوقوف على معانيها الحقيقية وتأمل ما تتضمنه من عبر وعظات لاصلاح المنحرفين ، يتغلب المظهر على الجوهر وتتحول الى شىء مختلف تماما •

فشهر رمضان المبارك وهو شهر العبادة والهداية والرجوع الى الله سبحانه وتعـالى والتأمل فى عظمته ، يتحول الى شـهر للكسل والتراخى والاهمال فى العمـل ، واستهلاك المزيد من أصناف الطعام وارهاق ذوى الدخول الصغيرة وزيادة العبء على ميزانية الدولة التى تستورد فى هذا الشهر كميات اضـافية من السكر والدقيق والسمن اللازم لاعداد « كعك العيد » الذى يؤكل ليضفى على آكليه مزيدا من

---

(٢٣) التشبيه مأخـوذ عن د . محمـد صبحى عبد الحكيم : المرجع السـابق ص ١٨ •

التخمة والمرض واستهلاك الدواء وليحرم الاقتصاد الوطنى من أموال كان يمكن أن تستورد بها سلع انتاجية تدعم التنمية وترفع معدلاتها .

والاسكان فى مصر يمثل أيضا عقبة أخرى فى طريق التنمية نتيجة العادات السائدة عن شكل المنزل وأثاثه . وتتضح هذه الظاهرة بشكل خاص عند جماهير الطبقـات المتوسطة ، فمازال مفهوم المنزل الصغير والاثاث العملى المتعدد الأغراض غير مقبول من الناحية الاجتماعية . ولابد من ملء البيت بقطع من الاثاث الضخم الباهظ التكاليف والذى لا يستعمل الا فى مناسبات قليلة وفى الوقت نفسـه يتطلب مزيدا من الحجرات . وهذا يجعل حجم الوحدة السكنية أكبر من قدرة الأفراد الاقتصادية وأكبر أيضا من طاقة الاقتصـاد الوطنى على توفير العدد اللازم من هذه الوحدات للأسر الجديدة المتزايدة .

المبحث الثـانى

دور العلاقات العامة على المستوى المركزى

أجهزة العلاقات العامة على المستوى المركزى :

تحرص معظم الدول على ايجاد هيئة أو أكثر تكون مسئولة عن رعاية العلاقات بين الحكومة والجماهير من خلال نشر المعلومات بانتظام عن سياسة الحكومة وخططها وانجازاتها ، وتعريف الجمـاهير بشتى التشريعات واللوائح الحـكومية حتى يتسنى للشعب أن يتجاوب مع ما تصدره الوزارات من قرارات تنظيمية تضمن التعاون فى العمل بين الحكومة والمواطنين •

ومن أبرز هـذه الهيئات الجهاز المركزى للاستعلامات Central Office of Information فى المملكة المتحدة [١] • والوكالة المركزية للعلاقات العامة والاعلام [٢] Central Public Relations and Information Agency

كما أن هناك دولا تسيطر على أجهزة الاتصال الجماهيرية وتوجهها فى اطار سياستها العامة لتقوم بوظيفة العلاقات العـامة على المستوى المركزى ضمن ما تقوم به من واجبات •

واذا انتقلنا الى مصر وجدنا أن أعمال العلاقات العـامة للدولة كانت تقوم بها بادىء الأمر « ادارة الاستعلامات » عقب صـدور المرسوم بقانون رقم ٢٧٠ لسنة ١٩٥٢ الخاص بانشاء وزارة الارشـاد

---

(١) Black, Sam : **Practical Public Relations** : Forth Edition, Sir Isaac. Pitman and Sons Ltd. London 1976, p. 141.

(٢) Cutlip and Center : **Effective Public Relations.** Forth Edition. Prentice-Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey 1971. p. 552.

القومى . وكانت ادارة الاستعلامات احدى مصالحها ، ثم انفصلت هذه الادارة عن الوزارة وأصبحت مصلحة مستقلة تابعة لرئاسة الجمهورية سنة ١٩٥٧ . وفى عام ١٩٦٧ تحولت المصلحة الى هيئة عامة يرأسها نائب وزير يمثل الحكومة فى المؤتمرات الصحفية ويعتبر متحدثا رسميا باسمها (٣) .

وتهدف الهيئة فى المجال الداخلى الى تدعيم المفاهيم الجديدة للدولة لدى الجماهير وتعميقها والمساهمة فى رفع مستوى القرية حضاريا وثقافيا واقتصاديا ، وتحقيق الاتصال وبين القاعدة الشعبية والقيادات فى العاصمة وعواصم المحافظات . وكذلك المساهمة فى المناسبات القومية وتوضيح فلسفة العمل وقرارات الدولة للمواطنين . وفى عام ١٩٥٣ أصدر مجلس الوزراء المصرى قرارا بانشاء مكاتب للعلاقات العامة فى كل وزارة ، وذلك بقصد تحقيق الأهداف التالية :

١ — تعريف المواطنين بالاحداث الجارية ، وتزويدهم ببيانات دقيقة عنها .

٢ — توضيح وشرح النشاط الحكومى ، والنشاط المتعلق بمؤسسات القطاع العام .

٣ — اجراء الاستفتاءات والاحصاءات للتعرف على رغبات الجمهور وحاجاته (٤) .

كما أن وسائل الاتصال الجماهيرية فى مصر تسير فى اطار السياسة العامة للدولة نظرا للتبعية المباشرة لجهازى الاذاعة والتليفزيون لوزارة الثقافة والاعلام ، وكذلك بالنسبة لمعظم قطاعات الثقافة الجماهيرية

---

(٣) ابراهيم امام : فن العلاقات العامة والاعلام ، الطبعة الثانية ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٦٨ ، ص ٣٠٢ .

(٤) محمد عبد القادر حاتم : الاعلام والدعاية ، نظريات وتجارب ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٧٢ ، ص ٦١ .

والسينما والمسرح . كما يمتلك الاتحاد الاشتراكى العربى دور الصحف الكبرى ويضمن بذلك التزامها بالخط السياسى العام للدولة •

وبذلك نستطيع أن نقول ان امكانات العلاقات العامة على المستوى المركزى للدولة كبيرة اذا أحسن استخدامها وتوجيهها للمشاركة فى عملية التنمية . فهى تتكون من الهيئة العامة للاستعلامات ووسائل الاتصال الكبرى : الاذاعة ، والتليفزيون ، والصحافة ، وكذلك أجهزة الثقافة الجماهيرية • ويمكن أن نضيف اليها التنظيمات السياسية والشبابية اذا استخدمت على الوجه الأمثل فى تعبئة الموارد البشرية لخدمة التنمية •

انتشار الأفكار الجديدة :

من الثابت أن الاتصال غير المباشر من خلال الوسائل الجماهيرية لا يستطيع أن يتحمل وحده عبء الاقناع بالتغييرات الجديدة التى تتطلبها عملية التنمية ، لأنه من بين العوامل الوسيطة التى يتم من خلالها الاتصال يأتى تأثير الجماعات المرجعية الايجابية بالاضافة الى تأثير قادة الرأى والتأثير الشخصى [٥] • ولقد أثبتت دراسات الاتصال أهمية الاستفادة من الاتصال الشخصى فى الاقناع بممارسة سلوك جديد • ويظهر ذلك بشكل واضح فى دراسات التبنى Adoption studies التى بدأت فى الأربعينات لقياس مدى تقبل المزارعين للأفكار المستحدثة •

فقد تنبه ريان Ryan وجروس Gross الى أن تبنى الفكرة الجديدة يتكون من أربع مراحل تبدأ بالشعور بالفكرة ، ثم الاقتناع

(٥) Lazarsfeld P. F., Berelson B. and Gaudet H. : **The People's Choice.** Second Edition. Columbia University Press. New York 1948. pp. 140-145.

انظر ايضا : Katz E., **The Two Stop Flow of Communication** Public Opinion Quarterely Spring 1957.

بفائدتها . ومحاولة قبولها . وأخيرا التبنى الكامل لها . وذلك فى الدراسة التى قاما بها فى موضوع انتشار فكرة اقبـال الزراع على بذور الذرة الهجين [٦] • ثم توالت بعد ذلك الدراسات المماثلة وان كانت لم تصل الى اتفاق كامل فيما يختص بعدد المراحل الا أنها أجمعت على قبول فكرة المراحل . كما اتفقت كذلك على أن تبنى أى فكرة جديدة قلما يأتى نتيجه لقرار عفـوى •

واذا أخذنا بتقسيم بيل George M. Beal وبوهلين Joe M. Bohlen فان تبنى الفكرة الجديدة يمر بهذه المراحل : الادراك Awareness ، الاهتمام Interest . والتقويم Evaluation والتجريب أو المحاولة Trial ، وأخيرا الممارسه أو التبنى Adoption • فى المرحلة الاولى يدرك الفرد الفكرة الجديدة ويسمع عنها لأول مرة • ويتزايد اهتمام الفرد فى المرحلة الثانية بالتعرف على تفصيلات أكثر عن الفكرة ويسعى للحصول على معلومات وافية عنها • أما مرحلة التقويم فيقوم الفرد فيها بوزن الفكرة على ضوء البدائل الاخرى ويقرر مدى ضرورتها لتحقيق أهدافه ، ويربط بين المعلومات التى وصلت اليه وبين ظروفه الشخصية • وقد يعود لاستزادة فى المعلومات الخاصة بهذه الفكرة ، كما أنه يلجأ الى جماعته الأولية أو أصدقائه أو أقاربه . ثم يعود للتقويم مرة خرى حتى يصل الى قرار فى النهاية ، اما بتقبل الفكرة ومحاولة تجريبها أو استبعادها كلية •

ويبدأ الفرد فى تجربة الفكرة عمليا فى المرحلة الرابعة اذا اقتنع بفائدتها وملاءمتها لظروفه الشخصية • فاذا أثبتت التجربة ما وصـل اليه من رأى بشأنها انتقل الى المرحلة الخامسة وهى الممارسة أو التبنى الكامل للفكرة الجديدة بحيث تصبح جزءا من سلوكه العادى • وذلك لا يقضى على احتمال تعديل هذا النمط السلوكى فى احدى حالتين : الاولى

---

(٦) روجرز . ايفيرت : الافكار المستحدثة وكيف تنتشر . ترجمة سامى ناشد ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٦٢ ، ص ١٠٦ — ١١ .

أن يجد نمطا أفضل منه ، والثانيه اذا نتج عن هذا النمط فى أى وقت مضاعفات غير مرغوبه •

ويؤكد بيل وبوهلين أنه ليس من الضرورى أن يمر الفرد بكل مرحلة تماما قبل أن ينتقل الى مرحلة أخرى ، وهذا التقســيم هو لأغراض الدراسة [٧] • كما أن الفترة الزمنية التى يستغرقها الانسان للوصول الى مرحلة الممارسة تتوقف على مدى بساطة أو تعقيد الفكرة وما اذا كانت تحتاج الى تغيير فى مجموعة أنماطه السلوكية واتجاهاته أو تتمشى مع أنمــاط السلوك الحالية ، وعلى مقدار وضوح الهدف الذى سيتحقق للانسان من تغيير سلوكه ، والجزاء العاجل أو الآجل الذى يحققه هذا التغيــير •

وتشير الدراسات التى أجريت فى مجال انتشار الأفكار الجديدة الى أن دور وسائل الاتصال الجماهيرية يتركز بصفة أساسية فى مرحلة الادراك ، أما المرحلتين الثانية والرابعة فيلعب فيهما الاتصال الشخصى الدور الأكبر • ويشترك الاعلام الجماهيرى والاتصال الشخصى فى المرحلتين الثالثة والخامسة ، ومعنى هذا انه لابد من تحقيق التكامل بين الاتصال الجماهيرى والشخصى فى الدعوة الى الأفكار الجديدة •

استخدام وسائل الاتصال الجماهيرى والشخصى فى نشر الأفكار الجــديدة :

لتحقيق أقصى قدر من التأثير باستخدام وســائل الاتصــال الجماهيرى والشخصى فى تشكيل أنماط السلوك الدافعة لنجاح التنميــة ينبغى أن تكون هناك خطة محددة تتضمن ما يلى :

---

(٧) George M. Beal and Joe M. Bohlen : (In Bogue D. **Mass Communication and Motivation for Birth Control** Community and Family Study Center, University of Chicago 1967, pp. 79-80.

١ — الأهداف الرئيسيه التى تحقق التغلب على التحديات المعوقة للتنميـــة •

٢ — تحديد الجماهير المستهدفة والتعرف على خصائصها الأولية •

٣ — الخصائص العامة لوسائل الاتصال من حيث ملاءمتها للجمهور المستهدف وصلاحيتها لنقل الفكرة الجديدة ، ودرجة انتشارها ، وقوة تأثيرها . وامكانية المتابعة والتوجيه للقائمين عليها •

٤ — معرفة دقيقة بالاتجاهات والآراء الســائدة والدوافع التى تقوم عليها هذه الاتجاهات لانه من الثابت علميا أن التصــدى المباشر للاتجاهات السائدة والراسخة قلما يأتى بالنتيجة المرجوة • حقيقة أنه من الممكن فى ظل استراتيجية اعلامية سليمة أحــداث تحــول تدريجى Canalizing فى الاتجاهات القائمــة ، ولكن هذا التحول لا يتم على الوجه الأكمل الا اذا عرفت الدوافع المؤيدة لأنماط السلوك الســائدة وبالتالى يكون التخطيط لاضعاف هــذه الدوافع وتنشيط الدوافــع المضــادة ودعمها •

٥ — الأدوار المحددة لكل وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيرى والشخصى فى ضــوء معرفة الجمهور المستهدف وخصــائص الفكرة المراد نشرها والمدى الزمنى الأمثل لتحقيق الهــدف ، وكذلك الموارد المالية المحددة طبقا لأولويات الأهداف •

٦ — تحديد وســائل التقــويم Evaluation التى تكفل متابعة تنفيذ الخطة الاعلامية وتحديد مدى التقدم الذى تحققه أو الفشــل الذى تصادفه ومعرفة الأسباب فى الحالتين لاجراء التعديلات الضرورية ضمانا لتحقيق الهدف بأقل جهــد وفى أقصر وقت ممكن وبأقصى قدر من النجــاح •

واذا كانت دراسات التبنى قد أوضحت دور كل من الاتصــال

الجماهيرى والشخصى فى نشر الأفكار الجديدة ، فمن الضرورى أن نؤكد هنا على الحقائق التالية :

١ ــ أن استخدام الوسائل الجماهيرية جنبا الى جنب مع الاتصال المباشر يزيد من سرعة انتشار الدعوة ويضفى عليها الصبغة العامة ، ويساعد على اثارة المناقشات حولها [٨] •

٢ ــ أن الاتصال الجماهيرى ضرورى لكسر ما يسمى بحاجز المنع أو التحريم ازاء الموضوعات التى ينظر اليها على أنها من المحرمات taboos وهذا يشجع ويساعد الاتصال الشخصى على القيام بدوره •

٣ ــ أن الاتصال الجماهيرى يمد قادة الرأى بالمعلومات التى يحتاجون اليها فى نشر الدعوة •

٤ ــ أن الاتصال الجماهيرى يساعد الأفراد على الانتقال النفسى من الواقع الذى يعيشونه وتخيل واقع جديد لم يجربوه من قبل ، وهو ما يعرف بالتقمص الوجدانى Empathy وهو ما يميز المجتمعات الانتقالية عن المجتمعات المتخلفة • وقديما كانت تتم هذه العملية ببطء شديد من خلال انتقال بعض الأفراد القلائل ماديا من المكان الذى يعيشون فيه الى مكان آخر أكثر تقدما ، مما يساعد على نموهم النفسى والذهنى واثارة طموحهم وتنشيط خيالهم وبالتالى استعدادهم للتحضر • ونظرا لأن التحضر حالة ذهنية واستعداد للتغيير والتكيف فان وسائل الاتصال الجماهيرية بمساعدتها على تغيير تطلعات الأفراد وتوسيع آفاقهم تقدم خدمة ضرورية لتنمية المجتمع [٩] •

---

(٨) ابراهيم امام : الاعلام والاتصال بالجماهير ، الطبعة الاولى ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٦٩ ، ص ٤٤٧ •

(٩) جيهان احمد رشتى : الاسس العلمية لنظريات الاعلام ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٥ ، ص ٣٨ •

٥ — أن الاتصال الجماهيرى من خلال المطبوعات يساعد الجمهور القارىء على فهم بعض الأفكار التى تحتاج الى تفاصيل دقيقة أو رسوم توضيحية أو بيانات احصائية كما انه يضفى صفة الخصوصية على بعض الموضوعات التى تحتاج الى ذلك ، وفى نفس الوقت فانه يسمح للجمهور القارىء بالقراءة المتأنية والمراجعة المتكررة اذا احتاج الأمر الى ذلك • وأخيرا فانه يتيح للقارىء اختيار الوقت المناسب للقراءة (١٠) •

٦ — أن الكلمة المذاعة يمكن تسجيلها واعادة اذاعتها أكثر من مرة فتكتسب فى كل مرة قوة اضافية هى قوة الدق المنتظم • وكذلك تساعد الاذاعة على بث روح الاهتمام بالمسائل العامة وسرعة تجميع الجماهير حول رأى معين خاصة فى أوقات الشدائد والأزمات • الا أنه من أهم عيوب الراديو أن الانسان يعرض نفسه اليه فى كثير من الأحيان بلا تركيز أو بلا اهتمام ويعمل أساسا كخلفية ترفيهية أكثر مما يعمل كهدف للاهتمام المركز (١١) •

٧ — أن التليفزيون هو أقرب وسيلة للاتصال المواجهى ، فهو يجمع بين الرؤية والصوت والحركة وأحيانا اللون ، ويستطيع أن يكبر الأشياء الصغيرة فتبدو فى صورة واضحة وهو كالاذاعة يقدم المادة الاعلامية فى زمن حدوثها ويوفر الاحساس الجمعى لمشاهديه • ولكن يعيب التليفزيون أن ارساله ينحصر فى دائرة ضيقة وان أثمان أجهزته مرتفعة الى الحد الذى يشكل عبئا لا يحتمله الكثيرون (١٢) •

٨ — ان امكانات السينما غير المحدودة كاعتمادها على التصوير الخارجى ، ومزجها بين المشاهد الطبيعية والمشاهد المأخوذة فى الاستديو ،

---

(١٠) Klapper J. T. : **The Effects of Mass Communication.** Glencoe 111 The Free Press 1960, pp. 99-101.

(١١) على عجوة : الاسس العلمية للعلاقات العامة ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٧٧ ، ص ١٦٥ .

(١٢) المرجع اسابق ، ص ١٦٦ .

واستخدامها المؤثرات الصوتية والألوان الطبيعية ولغة الحديث اليومى المبسطة ، كل ذلك يضاعف من شدة تأثيرها وجاذبيتها • ولكن حينما يبالغ الفيلم فى تضخيم الأشياء قد تفسر هذه الأشياء بطريقة مختلفة • كما أن الأفلام المستوردة قد تسبب أثرا عكسيا لاختلاف ظروف المجتمع المأخوذة منه عن الظروف المحلية والنماذج البيئية (١٣) •

٩ ــ أن الاتصال الشخصى أكثر قدرة على اثارة الاهتمام والتقبل للأفكار الجديدة ، كما أنه أكثر تأثيرا فى الاقناع بتجربة الأنماط السلوكية الجديدة تمهيدا لممارستها والتعود عليها •

١٠ ــ أن الاتصال الشخصى يساعد على تقدير حجم التعرض للرسالة ومعرفة الأثر لذى أحدثته وتعديل أسلوب الدعوة ليتلاءم مع الظروف المحيطة بها •

وقد ثبت أن استخدام جميع الوسائل فى نفس الوقت كفيل بخلق الاهتمام ازاء أى مشكلة من المشكلات التى تواجه المجتمع ، لما يحققه ذلك من وصول الرسالة الاعلامية الى جميع الأفراد مهما اختلفت ظروفهم وعادات الاتصال عندهم • ومن هنا كان التكامل ضروريا بين أجهزة الاعلام والاتصال الشخصى لتحقيق أهداف العلاقات العامة على المستوى المركزى •

دور أجهزة العلاقات العامة المركزية فى تنمية المجتمع المصرى :

يتناول هذا الجزء من البحث دور أجهزة العلاقات العامة المركزية فى التغلب على التحديات التى تواجه تنمية المجتمع المصرى فى المجالات الاقتصادية والسياسية والادارية والاجتماعية على ضوء العرض الذى قدمته فى المبحث الأول لهذه التحديات وتطبيقا للأسس العلمية للاتصال التى عرضت لها فى هذا المبحث •

(١٣) نفس المرجع ص ١٦٧ •

أولا — المجال الاقتصادى :

١ — تنمية الوعى الادخارى ضرورة قومية لتوفير الاستثمارات اللازمة لمشروعات الخطة • كما أن عادة الادخار تساعد على ترشيد الاستهلاك وتوجيهه الى ما يعود على الأسرة والمجتمع بالنفع • وتستطيع وسائل الاتصال الجماهيرى أن توضح فوائد الادخار من خلال عرضها للنماذج التى كان للادخار دور بارز فى نجاحها • كما أن عرض النماذج المضادة التى تنفق عن بذخ وما يسببه ذلك البذخ من أضرار يساعد على توضيح فوائد الادخار كعادة سلوكية نافعة • واذا كان البعض يمارس هذه العادة دون أن يساهم بها فى الاستثمارات القومية فانه من الضرورى أن نبذل الجهود لاقناع هؤلاء بفائدة استثمار مدخراتهم ، وأن تقدم لهم الضمانات الكافية • ولعل الاشارة الى حادث السطو الذى وقع بمنزل أحد أساتذة الجامعة والذى أوضح أنه يمتلك ما قيمته مليونين من الجنيهات داخل منزله (١٤) ، ليشير بشكل واضح الى تخاذل البعض عن استثمار أموالهم • وقد كان من الممكن أن يستغل هذا الحادث بأسلوب علمى فى التوعية ودعوة القادرين على استثمار أموالهم فيما يفيدهم ويفيد الاقتصاد الوطنى •

٢ — ترتبط تنمية الوعى الادخارى كما ذكرت بترشيد الاستهلاك ومن الملاحظ أن الكثيرين من ذوى الدخل المحدود يستهلكون جزءا غير يسير من هذا الدخل فى الانفاق على عادة التدخين وتناول الشاى والقهوة وأحيانا المخدرات والمشروبات الكحولية • ومما يؤسف له أن هذه العادات تبدأ فى الانتشار عند الشباب بتأثير التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرى ومحاكاة أبطال الأفلام والمسلسلات التى تقدم من خلالها • كما أن رقابة الأسرة على أبنائها فى هذا المجال وتوجيههم الى السلوك المفيد أقل مما هو مطلوب •

---

(١٤) الاهرام ، والاخبار : عدد ٣ أكتوبر ١٩٧٧ •

وينبغى أن تصحح وسائل الاتصال الجماهيرية أخطاءها وتعالج هذا الوضع الشاذ بتوضيح الآثار السيئة لهذه الممارسات الضارة • كما يجب على هذه الوسائل أن تشجع الأسر المصرية على المشاركة الفعالة فى تربية النشىء وابعاده عن هذا السلوك المنحرف • ولنا أن نتخيل حجم ما ينفق على هـذه الممارسات السقيمة بالاضـافة الى آثارها الصحية البغيضـة •

٣ ـ واذا كان ترشـيد الاستهلاك على المسـتوى الجماهيرى ضرورة ملحة لخدمة أهداف التنمية ، فان ترشـيد الانفـاق الحكومى لا يقل أهمية وضرورة عن ذلك • وتستطيع وسائل الاتصال الجماهيرية أن تقدم للمواطنين نماذج الترشيد التى حدثت فى مجتمعات أخـرى بالاضافة الى النمـاذج المشرفة القليلة التى تحدث فى بعض الأجهـزة الحكومية فى مصر • كما أن فضح الانحرافات الناتجة عن سوء الانفـاق والمدعمة بالأدلة والبراهين الجادة يخدم بشكل فعـال قضية التنميـة • فبالاضافة الى كونه أحد أشكال العقاب لهؤلاء المقصرين فهو تأكيد لمـا ينبغى أن يكون عليه الانفاق السوى •

٤ ـ ومن المظاهر السيئة التى أضرت بالاقتصاد الوطنى فى مصر ظاهرة التهرب من الضرائب وضعف حصيلتها بالنسبة لمـا يتحقق من دخول • وربما كان السبب المباشر لذلك راجعـا الى عجـز قوانين الضرائب عن الوصول الى أصحاب الدخول الكبيرة [١٥] • ولكن يمكن أيضا ارجاع بعض السبب فى ذلك الى ضعف الوعى الضرائبى لدى المواطنين مما يجعلهم يتهربون من أداء هذا الواجب الوطنى • وبالاضافة الى ضرورة اصدار التشريعات التى تكفل عدم التهرب من أداء هـذا الواجب الوطنى ينبغى على وسائل الاتصال الجماهيرى أن تعمل على تنمية الوعى الضرائبى وأن تربط بينه وبين سائر الواجبات الوطنية التى يتحتم على المواطن الصالح أن يؤديها • كما انه من الضرورى أن تسلط الأضواء

---

(١٥) تجرى فى مجلس الشعب مناقشة قانون جديد للضرائب وقت اعداد هذا البحث ولا نستطيع أن نتحدث عنه قبل اقراره •

على المتهربين من أداء هذا الواجب لكى يكونوا عبرة لمن تسول لهم أنفسهم التهرب من دفع الضرائب •

٥ — ينبغى على وسائل الاتصال الجماهيرية أن تساهم فى نشر الوعى التأمينى باعتباره أحد أوعية الادخار اللازمة لتمويل مشروعات التنمية ، فبالاضافة الى الاعلانات المباشرة التى تمولها شركات التأمين ، يلزم أن يكون هناك نوع من الحث غير المباشر من خلال البرامج المختلفة فى الاذاعة والتليفزيون وكذلك الموضوعات الصحفية التى تؤكد على ضرورة وأهمية التأمين فى العصر الحديث •

٦ — يمكن أن تلعب وسائل الاعلام دورا هاما فى مجالى الارشاد الزراعى والأمن الصناعى ، حيث يمكن ارشاد المزارعين الى أفضل الطرق للتغلب على الأمراض التى تصيب المحاصيل المختلفة وتوجيههم الى أنسب الأوقات لزراعتها وتقديم المعلومات المتصلة برعاية هذه المحاصيل وزيادة انتاجية الفدان • كما أن حماية المصانع ووقايتها من كافة الأخطار يجب أن تأخذ نصيبها من الاهتمام من جانب وسائل الاتصال الجماهيرى ، ويجب التأكيد باستمرار على بذل كل الجهود لتقليل الفاقد والمعطل من أدوات الانتاج وتشجيع الابتكار والاشادة بالعاملين المثابرين الذين يقدمون أجل الخدمات للاقتصاد الوطنى • ومن المهم هنا أن نؤكد على أهمية اختيار الأوقات المناسبة لاذاعة برامج التوعية الموجهة للفلاحين أو للعمال بحيث تقع فى فترة تعرضهم للاذاعة أو التليفزيون •

وغنى عن البيان أن نشير الى أهمية الاذاعة الصوتية للفلاح المصرى لانتشار الراديو الترانزستور فى الريف • كما أن الصحف تصل الى الريف ولا يجد الفلاح الأمى صعوبة فى معرفة ما تنشره — من موضوعات تدخل فى دائرة اهتمامه — عن طريق أحد أبنائه أو أقاربه أو جيرانه ممن يجيدون القراءة والكتابة • أما التليفزيون فان انتشاره

مازال محدودا فى الريف بسبب عدم وصول الكهرباء الى بعض القرى بالاضافة الى ارتفاع أثمان أجهزة الاستقبال [1] .

٧ — ينبغى أن تقوم وسائل الاتصال الجماهيرية بتبصير المواطنين بحقيقة الأوضاع الاقتصادية والتحديات التى تواجه التنمية ، وأن تؤهلهم للقيام بأعباء المشاركة والمبادرة الذاتية لعلاج هذه المشكلات . وعلى سبيل المثال فان التصوير الخاطىء لسياسة الانفتاح الاقتصادى — عند بدء هذه السياسة — على انها حل عاجل لكثير من مشكلات المجتمع الاقتصادية جعل الجماهير تتوقع كل يوم انفراج الأزمات وحل مشاكل التموين والاسكان والمواصلات . ولم تقدم هذه الوسائل ما يضع الصورة فى حجمها الحقيقى ، أو تبين أن العائد الاقتصادى لهذه الاستثمارات يستغرق وقتا ليس بالقليل ، وأن الجهد الوطنى والتضحيات الوطنية مطلوبة الى جانب ذلك كله حتى تتحقق التنمية . كما أن علاج مشكلات الانفتاح الاقتصادى لا تأخذ شكلا موضوعيا عند تناولها فى وسائل الاتصال ، فهى اما تمجيد مطلق أو رفض تام دون محاولة لعرض أسس توجيه هذه السياسة بما يخدم الاقتصاد المصرى .

٨ — ان وسائل الاعلام مسئولة عن توسيع رقعة الحوار الخاص بالخطة وتقديم البيانات والمعلومات الدقيقة والوافية الى الجماهير . فقد ثبت أن اشتراك الأفراد فى مناقشة أى موضوع واقتناعهم بما يتخذ من قرارات يزيد من مشاركتهم الايجابية وتعاونهم مع القيادات المسئولة فى انجاح الخطة والتغلب على المشكلات التى تواجهها . فبعض القيادات لا تتنبه الى المشكلات المحلية التى تواجه التنفيذ وبالتالى تكون حلولهم لمواجهتها غير مجدية . ولكن عندما يتاح للجمهور المحلى أن يبدى رأيه وأن يتقدم باقتراحاته تكون الفرصة أكبر فى حل هذه المشكلات والتغلب عليها .

---

(١) تغير هذا الوضع الآن وانتشرت اجهزة التليفزيون وكذلك الفيديو نتيجة لعمليات السفر الى الدول العربية ولدخول الكهرباء فى معظم القرى .

ثانيا — المجال السياسى :

١ — ينبغى أن تحرص وسائل الاتصال الجماهيرى على غرس الشعور بالانتماء الوطنى والقومى عند المواطنين • فما من دولة تستطيع أن تخترق حاجز التخلف الاقتصـــادى دون أن يدرك المواطنون أن مصلحتهم المشتركة تقتضى التعاون فيما بينهم لتحقيق أهــداف عامة محددة تعود بالنفع عليهم جميعا • كما أن شعور المواطن بالولاء هو الذى يدفعه الى بذل التضحيات التى تتطلبها مصلحة البلاد (١٦) •

وهذا يتطلب من وسائل الاتصال أن تتنبه لمحاولات ضرب الوحدة الوطنية ، التى تسعى اليها القوى المعادية ، وأن تحرص على نبــذ التعصب لأى جماعة من الجماعات ، وأن تعمق المفهوم الوطنى والقومى لدى جميع المواطنين •

٢ — ينبغى أن تساهم أجهزة الاعلام بموضوعية تامة فى ايجاد الوعى السياسى لدى المواطنين وتشجيعهم على المشاركة السياسية فى اتخاذ القرارات من خلال العمل الديمقراطى السليم — بعيدا عن الخداع والمزايدات الحزبية الرخيصة — اسهاما منهــا فى انجــاح التجربة الديمقراطية وحمايتها من القوى المعادية التى تسعى الى هدم هــذه التجربة وفرض ارادتها على المواطنين • وقد ثبت أن الاعلام يلعب دورا جوهريا فى التوعية السياسية كما وجد الباحثان هيراباياش Hirabayashi والخطيب أن القرويين المصريين يهتمون بالمسائل القومية كما يهتمون بدرجة أقل بالقضايا الدولية ، وأن هناك صلة وثيقة بين المشـــاركة السياسية وارتفاع المستوى التعليمى (١٧) •

٣ — ومن الضرورى أن تتنبه أجهزة الاعلام لمحاولات التشكيك

(١٦) جيهان أحمد رشتى : نظم الاتصال ، الاعلام فى الدول النامية ، القاهرة ، دار الفكر العربى ١٩٧٢ ، ص ١٧٦ .

(١٧) Hirabayashi G. and Elkhatib F., Communication and Political Awareness in the Villages of Egypt. P.O.Q. Vol. 22. No. 3. 1958, pp. 355-63.

المستمرة التى تقوم بها القوى المعادية وأن تتصدى لحرب الشائعات التى تشنها هذه القوى مستهدفة النيل من النظام السياسى • وهناك فرق كبير بين النقد البناء الذى يستهدف علاج الأخطاء وتصحيح المسار ، وبين محاولات الهدم التى لا تستهدف سوى اشاعة البلبلة والاضطراب السياسى •

٤ — كما يقع على عاتق وسائل الاتصال الجماهيرية اتاحة الفرصه لكافة الآراء الوطنية أن تعبر عن نفسها من خلال هذه الوسائل مساهمة منها فى نقل صوت الجماهير ومشاكلها الى القيادة السياسية وبذلك تكتمل دائرة الاتصال من أعلى الى أسفل ومن أسفل الى أعلى Two-ways وهذا يتطلب الاهتمام بالموضوعات المحلية وايجاد المراسلين المحليين ، وتوفير فرص الكتابة الى المحرر (١٨) •

٥ — التعرف على أخطاء المسئولين ومواجهتهم بها وتقديم النصح اليهم لكى يكونوا نماذج طيبة تقتدى بها الجماهير • فان ثبت سوء النية فى بعض التصرفات فينبغى أن تنشر هذه التصرفات وأن ينشر ما يتخذ بشأن مرتكبيها من اجراءات لتدعيم الثقة فى الجهاز السياسى وحمايته من أى انحراف •

٦ — تهيئة الجماهير للتغييرات التى ستحدث ، وتفسير هذه التغييرات ومساعدة الجماهير على فهمها ، والتكيف معها سواء كان ذلك على المستوى الداخلى أو الخارجى حتى لا تفاجأ الجماهير بهذه التغييرات وتعجز عن فهمها وبالتالى يتهيأ المناخ للحوار الموضوعى بشأن السياسات الجديدة •

ثالثا — المجال الادارى :

يقوم الجهاز الادارى بدور فعال فى عملية التنمية فى الدول النامية ومعنى ذلك أن الجهاز الادارى هو جهاز ادارة تنمية أكثر من أى شىء

(١٨) جيهان أحمد رشتى : نظم الاتصال ، الاعلام فى الدول النامية ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٢ ، ص ١٨٤ •

آخر • ونظرا لطبيعة التخلف التى تسيطر على الأجهــزة الادارية فى الدول النامية والتى تشكل تحديا كبيرا لعمليات التنمية الشاملة فانه يصبح من الضرورى التركيز على علاج مشكلات الادارة فى هذه الدول والتغلب على التحديات التى تشكلها ضمانا لنجاح خطة التنمية • ومن أجل ذلك طالبت ورقة أكتوبر « بالاسراع فى احداث تغييرات جذرية عميقة وشاملة فى نظام الادارة بهدف تخليص هذه النظم نهائيا من أوضاع متخلفة ، وتحقيق مستوى رفيــع من الأداء يتفق مع الأمانى والآمال والأهداف القومية المحــددة » •

ورغم مضى أكثر من ثلاث ســنوات على مناقشات رئيس الوزراء مع خبراء الادارة والتى استهدفت تنفيذ ما تضمنته ورقة أكتوبر خاصا بمواجهة مشكلات الادارة فى مصر فان الوضع الادارى مازال كما هو مما اضطر رئيس الجمهورية أن يعلن فى احدى خطبه عن بدء الثــورة الادارية (١٩) •

والرأى عندى أن وسائل الاتصال الجماهيرية تستطيع أن تدفــع الثورة الادارية دفعات سريعة وقوية من خلال :

١ ــ ابراز مظاهر التخلف فى القوانين واللوائح التى تعجز عن توفير المرونة والحرية لمواجهة الظروف المتطورة •

٢ ــ تشجيع الحلول الذاتية والمبادرات التى يأخذها بعض الاداريين للتغلب على المشكلات والاجراءات البطيئة التى تعرقل سير العمل • وينبغى أن تنشر الآراء والأفعال التى تتعلق بذلك كحافز لاستثارة روح الابتكار والتصرف السليم بين الاداريين •

٣ ــ تشجيع اجراءات تطبيق اللامركزية فى الادارة وتدعيم الادارة الادارة المحلية والكشف عن الأساليب المعوقة للتخفيف من قيود الادارة المركزية •

---

(١٩) الاهرام والاخبار : ٢ مايو سنة ١٩٧٧ •

٤ ـ كشف الاداريين الذين يتعمدون عرقلة الثورة الادارية من خلال الاجراءات التى تتنافى مع أبسط قواعد المنطق وفضحهم أمام الرأى العام حتى يكونوا عبرة لمن تسول لهم أنفسهم التقصير فى رعاية المصلحة العامة للجماهير •

٥ ـ تنشيط المناقشات الموضوعية الهادفة الى تطوير الجهاز الادارى ، والتغلب على الاجراءات الادارية المعقدة واعادة توزيع القوى العاملة بما يتفق وحسن سير العمل فى الادارات المختلفة •

رابعا ـ المجال الاجتماعى :

اذا أخذنا بالتقسيم الذى أوردناه فى المبحث الأول للمشكلات الاجتماعية التى تواجه مصر فى المجالات التعليمية ، والصحية ، والسكانية ، وأخيرا مجال العادات والتقاليد السائدة فاننا نستطيع أن نحدد دور العلاقات العامة على المستوى المركزى من خلال وسائل الاتصال الجماهيرى والهيئة العامة للاستعلامات وقوافل الثقافة الجماهيرية على النحو التالى :

١ ـ تستطيع وسائل الاتصال أن تعاون فى اثارة الاهتمام بتعليم القراءة والكتابة وأن تحث المتعلمين على المشاركة فى الجهود التى تبذل لمحو الأمية • فمن الثابت أن الاتصال المباشر هو العامل الحاسم فى محو الأمية ، ولكن وسائل الاعلام يمكن أن تلعب دورا مساعدا فى خلق الحوافز للتعليم من ناحية (٢٠) ، وفى اثارة اهتمام المتعلمين لأداء هذا الواجب الوطنى من ناحية أخرى •

٢ ـ تستطيع وسائل الاتصال أن تؤدى دورا مساندا للمعلم اذا ما خطط لبرامج محو الأمية بالاذاعة المرئية تخطيطا جيدا بحيث تقدم لجمهور الأميين فى وقت مناسب وبصورة جذابة مع ضمان تعرضهم لها من خلال أماكن المشاهدة العامة •

---

(٢٠) ابراهيم امام : المرجع السابق ص ٤٥٠ .

٣ — وعندما يتقن هؤلاء القراءة والكتابة يمكن لوسائل الاتصال أن تعاونهم بتقديم الموضـوعات السهلة الواضحة التى تمكنهم من اجتيـاز الفجوة بين قراءة الفصـل وقراءة الصحف وكافة المطبوعات الأخرى (٢١) .

٤ — يمكن استخدام التليفزيون لتدريب المعلمين قبـل توليهم العمل وأثناء قيامهم به . ومن خلاله أيضا يمكن مناقشة بعض المفاهيم التربوية وعلاقاتها بخطة التنمية مما يجعل المعـلم واعيا بدوره الرئيسى فى رفع مستوى الجماهير (٢٢) .

٥ — تستطيع وسائل الاتصال أن تساهم مساهمة ايجابية فى تغيير النظرة التقليدية للتعليم الجـامعى باعتباره هـدفا فى حد ذاته يرتبط بمكانة الفرد فى المجتمع . ورغم أن ذلك يتطلب تغييرا أساسيا فى قوانين الوظائف بالدولة فان وسائل الاتصال تستطيع أن تشجع هذا التغيير من ناحية وأن تحث الجمـاهير على توجيه أبنائهم الى التعليم الفنى الذى تحتاج اليه خطة التنمية .

٦ — تستطيع وسائل الاتصـال أن تلعب دورا أساسيا فى تغيير العـادات الصحية السيئة وتنمية الوعى الصحى ويمكن أن تعاونها فى ذلك قوافل الثقافة الصحية والهيئة العامة للاستعلامات . كما ينبغى أن تساهم هـذه الأجهزة فى تنشيط الجهـود الرسمية واستثارة الجهود الشعبية لمحاربة الأمراض المتوطنة التى يعانى منهـا الكثير من أهالى الريف كالبلهارسيا والانكلستوما والاسكارس بالاضافة الى المشكلات الصحية الناتجة عن التلوث الصناعى .

٧ — يقع على وسـائل الاتصال الجماهيرية عبء تنبيه المواطنين باستمرار لمشكلة التزايد السكانى السريع وحثهم على تنظيم النسل من خلال البرامج التالية :

---

(٢١) شرام ، ويلبور : المرجع السابق ص ٢١٦ .
(٢٢) ابراهيم امام : المرجع السابق ص ٤٥٢ .

(أ) برامج اضفاء الشرعية على الرسالة وعلى القائم بالاتصال من النواحى الدينية والطبية والاجتماعية •

(ب) برامج تأثيرية تهدف الى اثارة الدوافع المؤيدة لتنظيم النسل ، وابراز النتائج السلبية لعدم التنظيم •

(جـ) برامج اعلامية تتناول فسيولوجية الانجاب ووسائل تنظيم النسل ، وطبيعة عملها وطرق استخدامها وأماكن تواجدها •

(د) برامج مساعدة ، وهى لا تتعلق مباشرة بتنظيم الأسرة ولكنها تهدف الى كسب التأييد لهذه القضية من خلال المناقشات الوثيقة الصلة بها كرعاية الأطفال والسعادة الزوجية والمشكلات الاجتماعية الناتجة عن التضخم السكانى (٢٣) •

٨ — ينبغى ألا تمل وسائل الاتصال الجماهيرية من الدعوة الملحة الى تخفيف الضغط البشرى عن مدينة القاهرة وتشجيع الحل الاقليمى للمشكلة السكانية من خلال اعادة توزيع السكان على محافظات الجمهورية والتنبيه الى ضرورة خلق فرص العمل وتهيئة أسباب الحياة فى المناطق الصحراوية وخاصة فى شبه جزيرة سيناء والساحل الشمالى الغربى لمصر ، ومنخفض القطارة بالاضافة الى الصحراء الشرقية وساحل البحر الأحمر ، حيث امكانات التوسع الزراعى الأفقى والثروة السمكية والمعدنية والسياحية (٢٤) •

٩ — الدعوة الى ترشيد الأنماط السلوكية السائدة فى الأفراح والمآتم والأعياد الدينية والتأكيد على القيم الروحية التى تتضمنها للقضاء على العادات والتقاليد البالية التى ارتبطت بهذه المناسبات •

---

(٢٣) على عجوة : دور الاعلام فى تنظيم الاسرة بالريف المصرى ، رسالة دكتوراه غير منشورة بكلية الآداب جامعة القاهرة ، ١٩٧٤ ، ص ٢٢٥ .

(٢٤) دراسات سكانية : مرجع سابق ، العدد التاسع ، يونيه ١٩٧٤ (عن مقال د. محمد صبحى عبد الحكيم) ، ص ١٨ ، ١٩ .

١٠ — تشجيع المناقشات الرامية للتغلب على مشكلات الاسكان وفى مقدمتها عـدد حجرات المنزل والاثاث العملى المتعدد الأغراض •
وينبغى أن يظهـر ذلك باستمرار وبشكل غير مباشر من خلال البرامج العادية التى تظهر فيها مشاهد منزلية وأيضا عن طريق البرامج المباشرة التى تستهدف تعريف المواطنين بقطع الاثاث المنزلى الجديدة والبسيطة والمتعددة الأغراض •

١١ — لابد أن تحـرص أجهزة الاعـلام على بث القيم الروحية والأخلاق الفاضلة بين المواطنين بدلا من موجة الانحـلال المنتشرة فى الأفلام بصفة خاصة وكذلك فى بعض التمثيليات والمسلسلات الاذاعية • فالتنمية تعتمد بصفة أساسية على الانسان الصـالح المؤمن بدينه بكل ما يتضمنه من قيم وفضائل •

١٢ — كما يجب أن تتبنى وسائل الاعلام الدعوة الى ترشيد البرامج التربوية والتعليمية فى المدارس والجـامعات بما يتفق وتعـاليم الدين الحنيف لملء الفراغ الدينى عند الشباب وعدم ترك الفرصة للجماعات المنحرفة للسيطرة على عقولهم وتضليلهم وتسميم أفكارهم •

اهمية بحوث الاعلام فى التنمية الوطنية :

لا شك أن الفرق الجوهرى بين ممارسة العلاقات العامة فى عصور ما قبل النهضة وممارستها الآن انما يعود الى استخدام الأسلوب العلمى فى هذا العصر • فبعد أن كان الحدس أو التخمين هو الوسيلة الوحيدة التى تستخدمها العلاقات العامة فى الأزمنة القديمة للتعرف على الآراء والاتجاهات السائدة بين الأفراد والجمـاعات ، أصبحت هناك طرق علمية لقياس هـذه الآراء وتلك الاتجـاهات ، ومعرفة الدوافع التى تشكلها أو التى تؤدى الى احداث تغيير فيهـا • وقد أصبح الاتصال المزدوج بين القادة والجماهير من أهم مميزات العلاقات العامة الحديثة التى تقوم على تحقيق التكيف والانسجام بين منظمة ما والأفراد الذين

يتعاملون مع هذه المنظمة أو الذين يتأثرون بنشاطاتها • ولم يعد يكفى أن توجه آلاف الرسائل الى الجمهور لكى نقول أن الاتصال قد تم ، فقد يحدث النشر ولا يتعرض له الجمهور المستهدف ، ومعنى هذا أن الاتصال لم يتحقق • كما قد يحدث التعرض ولكن ادراك الجمهور للرسالة قد يختلف عما قصد اليه المرسل • ومن الممكن أيضا أن تكون الرسالة بعيدة الى حد كبير عن الاتجاهات السائدة ، أو انها قد تتضمن رموزا غريبة عن الاطار المرجعى لأفراد الجمهور ، ومعنى ذلك أن التأثير الذى ستحققه الرسالة لن يكون فى صالحها •

واذا كان التعرف على الآراء والاتجاهات السائدة بين جمهور احدى المنظمات وكذلك رجع الصدى Feedback الذى يحدث نتيجة للرسائل التى توجه من هذه المنظمة الى جماهيرها يمثل عاملا هاما وأساسيا فى تحقيق التفاهم بين المنظمة وجماهيرها ، فانه يعتبر أكثر ضرورة وأهمية للجهات التى تقوم بممارسة وظيفة العلاقات العامة على المستوى المركزى للدولة للأسباب التالية (٢٥) :

١ — أن الدولة التى تأخذ على عاتقها عملية دقيقة كالتغيير الاجتماعى ينبغى أن تعمل فى وضح الحقائق • ومعنى هذا انه لابد من التعرف على الآراء والاتجاهات لكى يكون التخطيط الاعلامى قائما على ركائز علمية محددة •

٢ — أن الدولة النامية لا تملك أن تضيع مواردها على حملات فاشلة أو ذات أثر ضعيف ، فالامكانات المتاحة لمعظم الدول النامية محدودة ، وهذا يحتم عليها أن تستفيد من هذه الامكانات الى أقصى مدى ممكن وأن توجه الاعتمادات المخصصة للحملات الاعلامية — وهى غالبا قليلة — الى أوجه الصرف التى تحقق الأهداف المرجوة •

٣ — تباين فئات الجماهير فى الدول النامية ، فضلا عن تباين

---

(٢٥) شرام ، ويلبور : المرجع السابق ، ص ٢٢٥ وما بعدها .

المستوى بين القائم بالاتصال والجماهير المستهدفة من الحملة الاعلامية •
وهذا يتطلب التعرف باستمرار على ردود الأفعال المختلفة لموضوعات الحملة ، وقيـــاس الأثر الذى حققته أو الذى لم تنجح فى تحقيقه ، وأسباب ذلك لادخال التعديلات المناسبة على الحملة الاعلاميـــة لكى تحقق أهدافها •

٤ ــ الجماهير فى الدول النامية تتغير تغييرا سريعا • وهى تتطلب قدرا كبيرا من الاعلام أثناء فترة التغيير • وهذا الاعلام لابد أن يدعم التغيير الذى يخدم التنمية وأن يتوافق معها كما أنه من الضرورى أن يعمل على اضعاف الدوافع المعوقة للتنمية • وهذا كله لابد أن يتم وفقا لمراحل زمنية محددة تتلاءم مع مدى التقدم الذى تحققه الدولة النامية •

والخلاصة أن البحوث لم تعـــد أمرا أكاديميا ، وانمـــا أصبحت مسألة ذات أهميـــة عملية لا حـــد لها • فمن خلالها نتعرف على كيفية حدوث التجديد فى ثقافة معينة ، وأساليب التأثير فى الجماهير المختلفة طبقا لخصائص كل منها ، وكذلك تأثير وسائل الاتصال المختلفة تبعا لفئات الجمهور المستهدفة وعادات الاتصال السائدة بينها •

المبحث الثالث

دور العلاقات العامة على المستوى اللامركزى

فى عام ١٩٥٢ حث الرئيس الأمريكى دوايت ايزنهـاور ، رجال الأعمال على المشاركة فى الأنشطة السياسية ، بعد أن تطورت الصناعة بشكل هائل وأصبح لها تأثير كبير على المجتمع الأمريكى • وبعد ذلك بعامين أنشىء مجمع الشـئون العامـة Public Affairs Council كمنظمة رسـمية مهمتها تدريب مديرى الأعمـال على برامج الشئون العامة • وقد نشطت هذه الحركة وانضم اليهـا عدد كبير من الشركات الأمريكية • ويقدر عدد الشركات التى تهتم ببرامج الشئون العامة فى الولايات المتحدة الآن بأكثر من خمسمائة شركة • وحتى الآن لا يوجد تحديد دقيق لمفهوم الشئون العامة ، وان كان من الواضح أنه ينصب على المسئوليات الاجتماعية لأى منظمة ازاء الجمهور العام والمشكلات العامة فى المجتمع • وتتضمن برامج الشئون العـامة خمسة أنشطة هى من صميم عمل العلاقات العامة وهى :

العلاقات بالحكومة ، وتشجيع الأنشطة السياسية للمستخدمين ، والتربية السياسية والاقتصادية ، وخـدمة المجتمع ، وحل مشـكلات البيئة (١) •

كمـا تنبه الى هـذه المسئوليات فى وقت مبكر أسـتاذ العلوم السـياسية الأمريكى هـاروود تشـايلدز Harwood L. Childs حينما كتب فى عام ١٩٤٠ يقول أن مسئولية العلاقات العامة أن تحدد للادارة الأعمال والسياسات التى تؤثر على المجتمع . وعليها أن تستبعد من هذه الأعمال والسياسات ما يتعارض مع مصلحة الجمهور أو تعدلها بما يحقق التوافق بين مصلحة الفرد أو المنظمة — ومصلحة الجماهير •

---

(١) Lesly, Philip : **Lesly's Public Relations Handbook, Prentice-Hall Inc., Englewood Cliffs, N. J. 1971, pp. 21-25.**

ولكى يتحقق ذلك على الوجه الأكمل فلابد أن يفهم رجال العلاقات العامة المبادىء الأساسية للعوامل الاجتماعية والسياسية والثقافية والاقتصادية التى تحرك المجتمع فى الوقت المعاصر • وأكد أنه لا يعنى بالمجتمع ذلك الجزء الذى يضم المساهمين والمستخدمين والمستهلكين فقط ، رغم أن هذه الجماهير تمثل جزءا هاما من المجتمع ، لأن أنشطة الفرد أو المنظمة تتعدى حدود هذا المجتمع الضيق الى المجتمع الكبير • وهذا يحتم أن يكون لسلوك الفرد أو المنظمة مغزى اجتماعيا (٢) •

فاذا كانت هذه بعض مسئوليات العلاقات العامة فى أكثر المجتمعات ثراء وتقدما ، فلا شك انها أكثر ضرورة وأهمية للمجتمعات النامية التى تعانى من نقص فى الموارد والامكانات لا يتيح للجهاز الحاكم أن يتحمل وحده عبء التربية السياسية والاقتصادية والاجتماعية بالاضافة الى حل المشكلات الأساسية التى تعانى منها المجتمعات المحلية •

واذا كانت العلاقات العامة فى الهيئات والمؤسسات والشركات والوزارات المختلفة تهتم بتهيئة أفضل الظروف التى تساعد على زيادة الانتاج وكسب ثقة العاملين والمجتمع الخارجى من خلال البرامج التى تحقق الفهم المتبادل بين الادارة والجماهير وبرامج رفع الروح المعنوية بالنسبة للعاملين ، فان هذه الوظيفة رغم أهميتها ورغم كونها حجر الزاوية فى نشاطات العلاقات العامة فهى لا تعبر عما هو مأمول من جانب ادارات العلاقات العامة فى هذه الجهات اسهاما منها فى خطة التنمية •

ففى الدول النامية يجب أن تكون عمليات التغيير المستمر والذى يهدف الى انجاح الخطة هى الشغل الشاغل لجميع الأفراد والمؤسسات أيا كانت طبيعة أعمالها •

---

(٢) Simon, Raymond : **Perspectives in Public Relations.** University of Oklahoma Press. Norman Oklahoma 1966. p. 54.

ومن هنا يتحتم أن تفكر كل هيئة أو مؤسسه أو شركة أو وزارة فيما يجب أن تقدمه خارج اطار الوظيفة التقليدية المناطة بها لكى تحرك ولو بقدر يسير الأوضاع المتخلفة وتساهم فى الانتقال الى أوضاع عصرية تتحقق فى ظلها التنمية •

ومن الملاحظ أن أجهزة العلاقات العامة فى مصر تركز نشاطاتها فى استقبال الوفود وتنظيم الزيارات وهو ما يتعلق بالجمهور الخارجى • كما تعطى أهمية كبيرة لأعمال التشهيلات كاستخراج جوازات السفر والتأشيرات والحجز ومجموعة الأعمال الخدمية الأخرى •

فقد أثبت البحث الميدانى الذى أجرى خلال العام الجامعى ١٩٧٣ — ١٩٧٤ أن هذه الأجهزة تعطى أعلى درجة أهمية ٨٠ر٧ ٪ لاستقبال الوفود وتنظيم الزيارات ، ويتلوها فى الأهمية (٥٤ر٥ ٪) لأعمال التشهيلات [٣] •

حقيقة أن هذه الأجهزة لا تهمل اعداد الندوات وتنظيم المؤتمرات التى تحصل على أهمية نسبية مقدارها ٤٢ ٪ وكذلك اصدار المجلات والنشرات الداخلية والكتيبات ٤٦ر٦ ٪ والمحاضرات ٣٢ر٩ ٪ [٤] ، الا أنه ينبغى تكثيف هذه الأنشطة وتوجيهها لخدمة أهداف التنمية ، واضافة أنشطة جديدة تساعد على دفع خطة التنمية • وسوف أقترح فى الصفحات التالية بعض هذه الأنشطة وان كان المهم أن أؤكد على المبادرة الذاتية لكل مؤسسة أو شركة أو هيئة أو وزارة فى ضوء طبيعة العمل الذى تمارسه والخدمة التى تقدمها ، وكذلك الجماهير التى تتعامل معها والامكانات المتاحة لها •

---

(٣) سمير محمد حسين : ادارة العلاقات العامة فى مصر ، دراسة ميدانية ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٧٥ ، ص ٩٤ •

(٤) المرجع السابق : ٩٣ •

أولا — المجـال الاقتصادى :

١ — انتهى مديرو الشركات الأوربية خــلال تطبيق مشروع مارشال الى أن تقدم الدول اقتصـاديا لا يرجع بالدرجة الأولى الى التقدم التكنولوجى بقدر ما يرجع الى شعور العامل بالأمن والتقدير والاحترام والانتماء الى المنشأة التى يعمل فيها • لذلك لم يكن غريبا أن تتجه عناية المنشآت الاقتصادية الحديثة الى الاهتمام بأسر العاملين وتوفير الرعاية الصحية والاجتماعية لهم ، بالاضافة الى تثقيف العاملين والترفيه عنهم والارتفاع بمستواهم العلمى بوجه عام • وهذا ما ينبغى أن تحرص أجهزة العلاقات العــامة فى مختلف المنشآت فى مصر على أدائه ، للمساهمة فى رفع الكفــاءة الانتاجية للعاملين وتنمية مهاراتهم وتوسيع دائرة معلوماتهم [٥] •

٢ — ترشيد الانفاق الحكومى فى مختلف المجالات ، وبث القيم والمعايير التى تدعم هذه السياسة • وذلك يتطلب تقـديم القدوة من جانب القيادات والرئاسات المختلفة فى الحرص على المال العام وتوجيهه فيما ينفع المجتمع بدلا من المظاهر والمزايا الخاصة التى لا يستفيد منها الا أفراد قلائل •

٣ — تستطيع ادارات العلاقات العامة أن تساهم فى تنمية الوعى الادخارى لدى العاملين وأن تيسر لهم سبل الممارسة العملية للسلوك الادخارى من خــلال أجهزة الادخار العــامة أو من خلال المشروعات الاقتصــادية الخاصة التى تشرف عليهــا المنظمة وتعــود بالنفع على المســاهمين فيها •

٤ — ويمكن للمشتغلين بالعــلاقات العــامة فى أى منظمة من المنظمات أن يوجهوا العاملين الى السلوك الانفاقى الضار كالاقبال على

---

٥) ابراهيم امام : العلاقات العامة والمجتمع ، الطبعة الثانية ، القاهرة ١٩٦٨ . ص ١٥٩ — ١٦٠ .

التدخين أو المشروبات الكحوليه أو المخدرات أو غير ذلك مما يستنزف أموالا طائلة يمكن أن تستثمر فى مشروعات مفيـدة للأفراد والمجتمع على السـواء •

٥ — تنمية الوعى التأمينى وزيادة رغبة الأفراد فى الاقبـال على التأمين باعتباره أحد موارد التمويل اللازمة لعملية التنمية • ولا ينبغى أن تقتصر جهود شركات التأمين على العملية الاعـلانية فقط فى الترويج للخدمات التأمينية ، فقد ثبت أن عملية ترغيب الجمهور فى الشراء أو الاقبال على احدى الخدمات تتطلب ما هو أكثر من الاعلان أو جهود البائعين فى الترغيب والاستمالة ، حيث أن أذواق الناس ورغباتهم تنميها المؤثرات غير المباشرة • وفى هذا المجال تستطيع أنشطة العلاقات العامة أن تقدم الكثير لاثارة هذه الرغبات • ومن أبرز هـذه الأنشطة برامج توطيـد السمعـة وكسب الاصـدقاء والمساهمة فى أنشطة المجتمع المحلى (٦) •

٦ — تستطيع العـلاقات العـامة أن تلعب دورا هاما فى توجيه العاملين الى اتبـاع اجراءات الأمن الصـناعى ووقاية المنشأة من أى أخطار وحثهم على بذل كل الجهـود لتقليل نسبة الفاقد والمعطل من أدوات الانتاج وتشجيع روح الابتكار ، والاشـادة بالعاملين المثابرين الذين يقدمون أجل الخدمات للاقتصاد الوطنى •

٧ — ينبغى أن تنظم ادارات العلاقات العامة الندوات والمحاضرات التى تتناول حقيقة الوضع الاقتصـادى فى الدولة ، والسياسات التى تتخذ فى هذا السبيل فان ذلك يساعد على تبصير العاملين بالتحديات التى تواجه التنمية ويؤهلهم للقيام بأعباء المشـاركة والمبادرة الذاتية لعلاج هـذه المشكلات •

---

(٦) Black Sam : op. cit., p. 176.

ثانيا — المجال السياسى :

١ — من الوظائف الحديثة للعلاقات العامة التربية السياسية والتثقيف السياسى للعاملين فى أى منشأة من المنشآت • وهى احدى الوظائف التى تتضمنها برامج الشئون العامة فى الشركات الأمريكية • فقد ثبت أن الأفراد لا يعيشون بمعزل عن ما يحدث داخل مجتمعهم من تطورات سياسية مهما كان رضاؤهم وتقبلهم لظروف العمل التى توفر لهم الأمن والاستقرار من الناحية المادية • فمن الضرورى أن يتوفر للعاملين بالاضافة الى الأمن المادى الاقتناع الكامل بما يتخذ على مستوى الدولة من سياسات والشعور بالمقدرة على المشاركة فى صنع هذه السياسات وابداء الرأى فيها بأى شكل من الأشكال • وهذا يقتضى أن تقوم ادارة العلاقات العامة بتهيئة فرص التعبير الحر لكل الآراء فى صحف المؤسسة ومطبوعاتها ، ومن خلال الندوات والمؤتمرات التى تعقد بها لمناقشة أى موقف من المواقف السياسية مع الاستعانة بالخبراء والمتخصصين فى هذا المجال لتوضيح أبعاد الموقف واضفاء الصبغة الموضوعية على المناقشات •

٢ — تشجيع العاملين على المشاركة فى العمل السياسى القومى من خلال التنظيمات السياسية القائمة • فذلك يساعد على ايجاد قنوات اتصال طبيعية بين الأجهزة التى تضع سياسات الدولة والتجمعات العمالية ، الأمر الذى يمكن ان يساهم بشكل فعال فى تنمية الوعى السياسى وتبصير العاملين بالمشكلات الأساسية التى تواجه مجتمعهم •

٣ — مواجهة الشائعات الضارة وحملات الهمس وغيرها من صور الحرب النفسية التى تستهدف تهديد الاستقرار السياسى فى الدولة أو اضعاف الروح المعنوية بين المواطنين للنيل من صلابة الارادة الوطنية وقدرتها على الصمود •

ثالثا — المجال الادارى :

١ — تستطيع ادارة العلاقات العامة بأى منظمة من المنظمات أن

نتعرف على كافة الظروف المعوقة لاداء الخدمات بسهولة ويسر ، وان توجه نظر الادارة الى ضرورة دراسة هذه الظروف وتخاذ القرارات الكفيلة بتبسيط الاجراءات والارتفاع بمستوى اداء الخدمة . وهذه هى احدى الوظائف الأساسية للعلاقات العامة بغض النظر عن الظروف الخاصة المرتبطة بالتنمية . فقد عرف جريزويلد Griswold العلاقات العامة على صفحات دوريته Public Relations News بأنها « الوظيفه التى تقوم بها الادارة لتقويم الاتجاهات ، وتحديد سياسات الفرد أو المنظمة بما يتفق مع مصلحة الجمهور ، وتنفيذ برنامج بهدف الى كسب رضا هذا الجمهور وتفاهمه » (٧) .

٢ — ومن المفيد أن تقوم العلاقات العامة بتشجيع الحلول الذاتية والمبادرات التى يأخذها بعض الاداريين للتغلب على المشكلات والاجراءات البطيئة التى تعرقل سير العمل . وينبغى أن تنشر هذه المبادرات فى صحيفة المنظمة لاستثارة روح الابتكار والتصرف السليم بين الاداريين .

٣ — عقد المؤتمرات والندوات لمناقشة أساليب تطوير الخدمة وتخليص الجهاز الادارى من كافة سلبياته . ومن الضرورى أن يدعى بعض الخبراء والمهتمين الى هذه المؤتمرات أو تلك الندوات لاثراء المناقشات من ناحية وضمان التزام الادارة أدبيا على الأقل بتبنى التوصيات التى تنتهى اليها المناقشات .

٤ — تنظيم المسابقات التى تستهدف تطوير العمل الادارى ووضع نظام للحوافز يتفق مع ظروف كل منظمة بهدف خلق نوع من المنافسة بين الادارات المختلفة فى مجال انجاز الأعمال المطلوبة وتحقيق الأهداف بأقل جهد وبأقل تكلفة وفى أقصر وقت ممكن .

٥ — مساعدة الادارة فى تحديد الأهداف الرامية الى زيادة

---

(٧) Griswold, Glenn and Denny : **Your Public Relations** Magazines of Industry, Inc., New York 1948, p. 4.

التفاهم والوفاق بين المنظمة وجماهيرها ، وقبول هذه الجماهير لمنتجات المنظمة وخططها وسياستها والأفراد بها [٨] • وهذا يعنى أن تبذل ادارة العلاقات العامة أقصى جهودها فى كسب ثقة الجماهير ليس فقط من خلال انشطتها هى ولكن لابد أن تنعكس لمسات العلاقات العامة على جميع الادارات الفرعية التى تتصل بالجمهور اتصالا مباشرا وأن تأتى سياسات المنظمة متمشية مع مصالح الجماهير •

٦ — من الضرورى أن تتبنى ادارة العلاقات العامة بأى منظمة بالتنسيق مع ادارة التدريب البرامج التدريبية الرامية الى رفع الكفاءة الادراية لجميع المستويات وتنمية استعداد رجال الادارة فى مجال التعامل الانسانى مع المرءوسين وجماهير المنظمة حتى تكون برامج العلاقات العامة بعد ذلك تعبيرا صادقا عن واقع فعلى يلمسه العاملون فى الداخل والجماهير المستهدفة فى الخارج •

رابعا — المجال الاجتماعى :

١ — ينبغى أن تقود العلاقات العامة فى كل منظمة حملة قوية ضد الأمية بالاعتماد على المتطوعين من العاملين فيها وتهيئة الظروف اللازمة لتعليم الأميين القراءة والكتابة ، والحيلولة دون ارتدادهم عنها بامدادهم بالمطبوعات السهلة وتنظيم المسابقات الثقافية التى تكفل تنمية مداركهم وتوسيع آفاقهم •

٢ — ومن الضرورى أن تتبنى ادارة العلاقات العامة بالاشتراك مع الجهاز الصحى فى أى منظمة برامج الرعاية الصحية للعاملين ، وتنمية الوعى الصحى بينهم من خلال الندوات والمحاضرات التى تستهدف توضيح الآثار الضارة المترتبة على بعض العادات السيئة ، وايجاد الوعى الغذائى • كما يمكن للعلاقات العامة أن تستثير كافة الجهود وأن تساهم هى بدورها فى نظافة البيئة والقضاء على مصادر الأمراض •

---

(٨) Robison, Edward J. **Communication and Public Relations.** Charles E. Merril Books Inc., Columbus, Ohio, 1966. p. 39.

٣ — تستطيع ادارة العلاقات العامة فى أى منظمة أن تشارك فى البرنامج القومى لتنظيم الأسرة من خلال النـدوات والمحاضرات التى تستهدف اقناع العاملين بممارسة هـذا السلوك ، ومن ثم تبرز أهمية دور المؤسسات والشركات والهيئات والوزارات المختلفة فى انجـاح البرنامج القومى لتنظيم الأسرة [٩] •

٤ — تقع على ادارة العلاقات العامة فى أى منظمة مسئولية بث القيم الروحية والأخلاق الفاضلة بين العاملين من خـلال النـدوات والمحاضرات الدينية ، فان ذلك يساعد على التصدى لموجات الانحلال والفساد التى تهب بين الحين والحين على مجتمعنا • كمـا أن التدين فى حد ذاته يعتبر أحد دوافع العمل ، فقد اعتبر الكثير من الأديان العمل جزءا لا يتجزأ عن العبادة ، بل وفضـل العمل على العبـادة فى بعض الأحوال • وقد قرن القرآن الكريم العمل بالايمان فى ثلاثمائة آية من آياته البينات ، وذلك يؤكد قيمة العمل عند الله سبحانه وتعالى [١٠] •

٥ — يجب على ادارة العـلاقات العامة فى أى منظمة الاهتمـام بالبرامج الترفيهية وتوجيه العاملين الى أفضـل الطرق لشغل أوقات الفراغ فيما يعود عليهم وعلى المجتمع بالفائدة ويجنبهم الآثار الضارة الناتجة عن عدم شغل هـذه الأوقات بما يفيد • فمن الممـكن تهيئة الظروف لممارسة الأنشطة الرياضية والرحلات وتنمية الهوايات المختلفة وتشجيع الأنشطة الثقافية ، وتحقيق الرعاية الاجتماعية •

٦ — ويتصل بذلك ما يمكن أن نسميه بالجماعات النوعية ، أى الجماعات التى تخدم أهدافا محددة ، فجماعة لمحاربة التدخين ، وأخرى للنظافة ، وثالثة لمحو الأمية ، ورابعة تكون مهمتها مراقبة دورات المياه

---

(٩) على عجوة : دور الاعلام فى تنظيم الاسرة بالريف المصرى ، مرجع سابق ، ص ٥١ •

(١٠) المجلة العربية للادارة : عدد اكتوبر ١٩٧٧ ، مقال د. محمود عساف ، ص ٧ •

واصلاح مصادر تسرب المياه التى تمثل نسبة كبيرة مما يستهلك وتكون سببا فى حرمان سكان الأدوار العليا مما يحتاجون اليه من ماء للشرب أو النظافة • وهكذا تتعدد الجماعات وتختلف تبعا للحاجات الأساسية التى تفرضها ظروف العاملين بالمنظمة أو ظروف البيئة التى تعمل بها تلك المنظمة •

المشكلات التى تواجه ادارات العلاقات العامة على المستوى اللامركزى:

ينبغى أن نشير بوضوح الى التحديات التى تواجه المشتغلين بالعلاقات العامة فى المؤسسات والشركات والهيئات والوزارات المختلفة والتى تجعل قدرة رجال العلاقات العامة على القيام بدورهم فى استثارة التغييرات الضرورية للتنمية وتدعيمها محدودة فى بعض المجالات ، ويجب أن ننبه فى نفس الوقت الى وسائل التغلب على هذه التحديات فى المدى القريب أو البعيد •

١ — تتمثل المشكلة الأولى التى تواجه العلاقات العامة فى عدم وضوح مفهوم هذه المهنة لدى الادارة العليا أساسا ولدى بعض المشتغلين بها بعد ذلك • ويترتب على هذا ما سبق أن أشرت اليه فى مقدمة هذا المبحث من تركيز نشاطات العلاقات العامة فى استقبال الوفود وتنظيم الزيارات بالاضافة الى أعمال التشهيلات المختلفة داخل المنشأة • وهذا الوضع يتطلب نشر المفهوم العلمى السليم للعلاقات العامة كعلم اجتماعى وسلوكى وتطبيقى يتضمن :

(أ) قياس وتفسير وتقويم اتجاهات الجماهير المختلفة التى لها صلة بالمنظمة •

(ب) مساعدة الادارة فى تحديد الأهداف الرامية الى زيادة التفاهم والوفاق بين المنظمة — وجماهيرها ، وقبول هذه الجماهير لمنتجات المنظمة وخططها وسياستها والأفراد العاملين بها •

(ج) تحقيق التوازن بين أهداف المنظمة وأهداف ومصالح واحتياجات الجماهير المختلفة والأفراد العاملين بها •

(د) تخطيط وتنفيذ وتقـويم البرامج الرامية لكسب رضـاء الجمـاهير وتفاهمها [١١] . هـذا بالاضـافة الى التأكيد على الدور الاجتمـاعى الذى أوضحه هارووِد تشايلدز فى ١٩٤٠ والذى سبقت الاشارة اليه فى مقدمة هذا المبحث ، والذى أكده بعد ذلك ساليفان الاستاذ بمعهد الاتصالات العامة الأمريكى ببوسطن فى تعريفه للعلاقات العامة بأنها وظيفة الادارة التى تقيس وتقوم وتتنبأ بالآراء والاتجاهات ورد الفعل المتوقع من جمهور المؤسسة والجمهور الخارجى ، وهى التى تتحكم فى عملية الاتصـال بين المؤسسة وجمـاهيرها تحقيقا للمنفعة المتبادلة لهما وللمجتمع [١٢] .

ولكى تتحقق الممارسة العلمية للعلاقات العامة فى مصر ينبغى أن يحدث الآتى :

(أ) التوسع فى الدراسات التدريبية التى تنظم للمشتغلين بالمهنه فى مختلف القطاعات .

(ب) تزويد ادارات العلاقات العامة فى جميع المنشآت بالخريجين المؤهلين علميـا فى هـذا المجال .

(جـ) التأكيد على أهمية العلاقات العـامة ووظائفها الحديثة فى الدراسات التدريبية التى تنظم لرجال الادارة العليا .

٢ — ثم تأتى بعد ذلك مشكلة الامكانات والموارد المتاحة لادارات العلاقات العامة فقد اتضح من البحث الميدانى الذى أجرى فى العـام الجـامعى ١٩٧٣ — ١٩٧٤ النقص النسبى فى متوسط الانفـاق على نشاط العلاقات العامة فى المنشآت المصرية ، واتجاه مخصصات العلاقات العامة الى التناقص عاما بعد آخر رغم زيادة أسـعار النشر والعرض والاذاعة فى الرسائل المختلفة ، وارتفاع تكلفة المواد الخام ، وأجور الفنيين [١٣] .

---

(١١) Robinson, Edward J. op. cit. p. 39

(١٢) Canfield, B. **Public Relations, Principles, Cases and Problems.** Fifth Edition Homewood Ill. Richard D. Irwin Inc. Illinois 1968. p. 5

(١٣) سمير محمد حسين : المرجع السابق ، ص ١٠٨ .

فلابد أن يعاد النظر فى مخصصات العلاقات العـامة فى مختلف المنشآت المصرية حتى تتمكن من الوفاء بمتطلباتها ووظائفها فى خدمة التنمية • كما أنه ينبغى أن يعاد النظر فى توجيه وتوزيع المخصصات المتاحة حاليا لكى يكون لمـا اقترحناه من نشـاطات نصيب فى ميزانية العلاقات العـامة •

٣ ـ سوء الأوضـاع المالية للمشتغلين بالعلاقات العامة وبصفة خاصة فى المؤسسات والهيئات الحكومية شأنهم فى ذلك شأن زملائهم فى الادارات الأخرى • ويترتب على هذه الأوضاع وخاصـة حين يجد هـؤلاء المشتغلون تباينا بين مستواهم المعيشى ومستوى زملاء لهـم يعملون فى شركات الاستثمار أو فى الدول العربيـة البترولية أو فى الأعمال الحرة أو فى بعض الوظائف الأخرى المتميزة ـ أقول يترتب على ذلك نوع من الاحباط وضعف الرغبة فى الابتكار أو حتى الاستعداد لبذل أى جهد خارج نطاق ما يطلب اليهم من رئاسأتهم • وقـد لمس الباحث من مناقشاته مع مسئولى العلاقات العامة فى احدى التجمعات التدريبية الحكومية فى سلسلة لقاءات متتالية حول دور العلاقات العامة فى تنمية المجتمع المصرى أن الدراسين فى الدورة يفـكرون كثيرا فى سـلبيات الادارة والأجهزة التنفيذية السياسية ويؤكدون أنه لا يمـكن تحقيق التنمية دون القضـاء على هذه السلبيات وتحقيق المسـاواة العادلة فى التضحيات •

وهذا يجعلنـا نقول أنه مع غياب القـدوة على أى مستوى من المستويات يفقد العـاملون الحافز على العمـل حتى ولو كانوا هم المسئولين أساسـا عن استثارة همم الآخرين وتشجيعهم ورفع الروح المعنوية بينهم • وهـذه مشكلة خطيرة يجب أن تشغل بال كل مسئول فى أى موقع من المواقع بحيث يصبح قـدوة لجميع مرؤسيه فى شتى أعماله وتصرفاته •

خاتمـــة

بالاضافة الى ما اقترحته فى ثنايا هذا البحث علاجا لكل مشكلة من مشكلات التنمية فاننى أستطيع أن أضيف بعض التوصيات العامة التى أرى انها يمكن أن تساعد على قيام العلاقات العامة بدور فعال فى تنمية المجتمع المصرى •

١ — ينبغى أن تكون هناك خطة واضحة محددة المعـالم لتوجيه سياسة الاعلام بما يحقق أهداف التنمية بمجالاتها المتعددة ، وأن يكون مسئولا عن وضع هذه الخطة ومراقبة تنفيذها مجلس قـومى للاعلام يضم عددا من الخبراء المتخصصين فى الاعلام والتنمية بالاضـافة الى عدد مساو لهم من ممثلى الأمة فى مجلس الشعب •

٢ — أن تكون هناك جوائز تقديرية وتشجيعية خاصـة بالمجال الاعلامى وعلى غرار جوائز الدولة للانتاج الفـكرى وتشجيع العلوم والعلوم الاجتمـاعية والفنون والآدب بهـدف اثارة روح التنافس والابتكار فى تقديم المواد الاعلامية الهادفة والابتعاد عن المواد الرخيصة التى تساعد على انتشار موجات الانحلال واليأس بين الشباب •

٣ — أن تقوم كل وسيلة جماهيرية من خلال جهـاز البحوث بها أو عن طريق تكليف جهة علمية محـايدة باجراء بحث ميدانى سنوى للتعرف على اتجاهات الجماهير وآرائها نحـو البرامج والموضـوعات التى تقدم من خلالها ، والمشكلات التى تواجه نجـاح عملية الاتصال والاثر الفعلى لبعض الرسائل التى قدمت من خلال هذه الوسيلة ، على أن تعرض نتائج هذه البحوث على المجلس القومى للاعلام للاسترشاد بها فى التخطيط للسياســة الاعـلامية •

٤ — ضرورة مشاركة التنظيمات السياسية القائمة فى كافة جهود التوعية المبذولة لتغيير العادات والأنماط السلوكية التى تقف عقبة فى

سبيل التطور مع تقديم القدوة فى الممارسة العملية لكل العادات والأنماط السلوكية الجديدة وقيادة المشروعات المختلفة لخدمة البيئة .

٥ — دعم جمعية العلاقات العامة العربية لكى تصبح تنظيما نقابيا فعالا يضع قواعد ممارسة المهنة ، ويقوم بتنظيم الدراسات التدريبية للعاملين ، وتشجيع الجهود البحثية الرامية الى ارساء وتطوير الأسس العلمية للمهنة وتطبيقاتها فى المجالات المختلفة .

٦ — تشجيع قيام الجمعيات النوعية على المستوى المركزى للدولة كجمعية بلدى وجمعية السرطان المصرية والجمعيات الأهلية لتنظيم الأسرة وغيرها من الجمعيات التى تستهدف المساهمة فى حل المشكلات التى تواجه المجتمع المصرى .

٧ — دعم الهيئة العامة للاستعلامات بالكوادر المؤهلة تأهيلا علميا متقدما فى دراسات الرأى العام والاتصال بالجماهير ، وتزويدها بالأجهزة الفنية الحديثة ، وتحريرها من قيود الروتين الحكومى . كما أنه من الضرورى أن توفر لها الصلاحيات الكاملة التى تمكنها من أداء دورها فى الداخل والخارج بشكل فعال .

٨ — تشجيع قيام الاذاعات المحلية والصحف الاقليمية ، فمن الثابت أن وسائل الاتصال المحلية لها أهمية كبيرة فى التنمية الاقتصادية والاجتماعية لأنها أكثر قربا من الاحتياجات المحلية والمشكلات الاقليمية . كما ان النماذج التى تقدم من خلالها أقدر على دفع الجماهير الى المشاركة فى عملية التنمية .

٩ — تشكيل لجنة للتنسيق الاعلامى فى كل محافظة لتنسيق الأنشطة الاعلامية التى تستهدف نشر الوعى التنموى من جانب مراكز الاعلام الداخلى ، وقصور الثقافة ، ومراكز تنظيم الأسرة ، والارشاد الزراعى ، والثقافة الصحية ، والتنظيمات السياسية والشبابية

والنسائية ، وغيرها من المنظمات التى تعمل فى اطار التنمية والتوعية •

١٠ — تشجيع الجهود الرامية الى رفع مستوى القرية المصرية وتطوير نمط الحياة بها عن طريق تنمية الصناعات البيئية ، وزيادة الاهتمام ببرامج التوعية الريفية التى توجه من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية ، بالاضافة الى التوسع فى نظام نوادى الاستماع والمشاهدة الجماعية •

١١ — النظر الى المشكلات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والادارية فى مصر نظرة قومية شاملة بحيث تتكاتف جهود جميع الأجهزة المعنية بالدولة بما يحقق التعاون والتنسيق والتكامل ويبعدها عن التفتيت والفردية • وتستطيع وسائل الاتصال الجماهيرية أن تنمى هذه النظرة من خلال التحقيقات الصحفية والندوات الاذاعية والتليفزيونية التى يشارك فيها الخبراء والمختصون فى هذه المجالات •

١٢ — الاهتمام بالتربية التنموية فى المدارس والجامعات وبين العمال والفلاحين والجنود • وهو دور تستطيع أن تشارك فيه الأجهزة التعليمية ، والثقافة الجماهيرية ، ومراكز الاستعلامات ، وقوافل الثقافة الصحية ، ومراكز تنظيم الأسرة بالاضافة الى وسائل الاتصال الجماهيرية ، والتنظيمات السياسية والشبابية والنسائية •

١٣ — تطويع الفنون الشعبية للمساهمة فى تغيير سلوك الأفراد نحو الأهداف العامة للتنمية ، وتشكيل الأنماط السلوكية المؤيدة لهذه الأهداف •

١٤ — رفع مستوى الأفلام التى تخدم أهداف التنمية الاجتماعية وتعالج مشاكلها المختلفة ، والتوسع فى انتاجها عن طريق هيئة السينما والتليفزيون والهيئة العامة للاستعلامات والثقافة الجماهيرية وغيرها من الأجهزة المعنية •

١٥ — الاهتمام بالدراسات والبحوث الميدانية التى تتصل بمجالات التنمية المختلفة والاستفادة من البحوث التى تجريها الجامعات ومراكز البحث العلمى المتخصصة بهدف استثمار الخبرات المتاحة لهذه الجهات والعمل على تحقيق التنسيق والتكامل بين الهيئات المهتمة باجراء هذه البحوث .

١٦ — نظرا لأهمية التدريب والدور الكبير الذى يؤديه فى رفع الكفاءة الانتاجية واحداث التنمية ينبغى الاهتمام بنشر الوعى التدريبى وتعميق الايمان به بين طبقة القادة والعاملين على مختلف المستويات وفى شتى المجالات .

١٧ — اصدار التشريعات الضرورية للتغلب على المعقبات والمشكلات المعوقة لعملية التنمية فى أى مجال بشرط تهيئة كافة الظروف لممارسة أنماط السلوك التى تحقق أهداف التنمية . فلا ينبغى مثلا أن توقف ترقية العمال الذين لا يجيدون القراءة والكتابة دون أن تتاح لهم الفرص الحقيقية لمحو أميتهم ، وكذلك فانه من الضرورى قبل اصدار تشريع يعاقب الذين يتبولون فى الشوارع أو يلقون بفضلاتهم فيها أن توفر دورات المياه فى المرافق العامة والميادين الرئيسية مع ضمان صيانتها وصلاحيتها للاستعمال .

المراجـــــــع

أولا — بحوث غير منشـورة

على عجوة : دور الاعلام فى تنظيم الاسرة بالريف المصرى . رسالة الدكتوراه غير منشورة . . كلية الآداب — جامعة القاهرة ١٩٧٤ .

ثانيا — كتب عربية ومعربة

ابراهيم امام : الاعلام والاتصال بالجماهير ، الطبعة الاولى ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٦٩ .

ابراهيم امام : العلاقات العامة والمجتمع ، الطبعة الثانية ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٦٨ .

ابراهيم امام : فن العلاقات العامة والاعلام ، الطبعة الثانية ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٦٨ .

احمد رشيد : ادارة التنمية والاصلاح الادارى ، القاهرة ، دار النهضة العربية ١٩٧٤ .

جيهان أحمد رشتى : الأسس العلمية لنظريات الاعلام ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٥ .

جيهان أحمد رشتى : نظم الاتصـال ، الاعلام فى الدول النامية ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٢ .

روجرز ايفيرت ، الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر ، ترجمة سامى ناشد ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٦٢ .

سمير محمد حسين : ادارة العلاقات العامة فى مصر ، دراسة ميدانية ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٧٥ .

شرام ، ويلبور : أجهزة الاعلام والتنمية الوطنية ، دور الاعلام فى البلدان النامية ، ترجمة محمد فتحى ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للتاليف والنشر ، ١٩٧٠ .

عبد الباسط محمد حسن : التنمية الاجتماعية ، القاهرة ، مكتبة وهبة ، ١٩٧٧ .

عبد الكريم درويش ، وليلى تكلا : اصول الادارة العامة ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٧٤ .

عبد الملك عودة : الادارة العامة والسياسة ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٦٣ .

عبد المنعم شوقى ، واحمد الدفراوى تنمية المجتمع الريفى ، القاهرة ، امانة الحكم المحلى ١٩٧٦ .

على عجـوة : الأسس العلمية للعلاقات العامة ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٧٧ .

على لطفى : مقدمة فى علم الاقتصاد ، القاهرة ، مكتبة عين شمس ، ١٩٦٧ .

محمد عبد القادر حاتم : الاعلام والدعاية ، نظريات وتجارب ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٧٢ .

محمد على الليثى : التنمية الاقتصادية ، الاسكندرية ، دار الجامعات المصرية ، ١٩٧٤ .

ثالثا — كتب اجنبية

— Black, Sam : **Practical Public Relations.** Sir Isaac Pitman and Sons Ltd., London 1976.

— Bogue D. **Mass Communication and Motivation for Birth Control.** Community and Family Study Center, University of Chicago, 1967.

— Canfield. B. : **Public Relations, Principles, Cases and Problems.** Fifth Edition, Homewood III. Richard D. Irwin Inc., Illinois 1968.

— Cutlip S. and Center A. : **Effective Public Relations.** Forth Edition, Prentice-Hall Inc.. Englewood Cliffs, New Jersey, 1971.

— Griswood, Glenn and Denny : **Your Public Relation.** Magazines of Industry. Inc.. New York, 1948.

— Klapper J. T. : **The Effects of Mass Communication** Glencoe III., The Free Press 1960.

— Lazarsfeld P. E., Berlson B. and Gaudet H. : **The People's Choice.** Second Edition, Columbia University Press, New York 1948.

— Lesley, Philip : **Lesly's Public Relations Handbook** Prentice Hall, Inc., Englewood Cliffs, N. J. 1971.

— Simon, Raymond : **Perspectives in Public Relations.** University of Oklahoma Press. Norman Oklahoma, 1966.

— Robinson, Edward J. : **Communication and Public Relations** Charles E. Merril Books Inc., Columbia, Ohio, 1966.

صحف ودوريات عربية

الأخبار : ٢ مايو ١٩٧٧ ، ٢٩ سبتمبر ١٩٧٧ ، ٣ اكتوبر ١٩٧٧ .

الأهرام : ٢ مايو ١٩٧٧ ، ٢٩ سبتمبر ١٩٧٧ ، ٣ أكتوبر ١٩٧٧ .

الأهرام الاقتصادى : أول مايو ١٩٧٧ .

المجلة العربية للادارة : عدد اكتوبر ١٩٧٧ .

دراسات سكانية : نشرة شهرية يصدرها مكتب البحوث بجهاز تنظيم الأسرة ، العدد التاسع والخامس عشر .

مجلة الادارة ، المجلد السابع ، العدد الثانى ، اكتوبر ١٩٧٤ .

خامسا — دوريات أجنبية

— Public Opinion Quarterly : Spring 1957 and 1958.

الدراسة الثانية

العلاقات العامة الحكومية
وأهميتها فى الدول النامية



مشكلة البحث :

تتعرض الدول النامية بين الحين والآخر لاضطرابات وأحداث داخلية تأخذ أحيانا شكل المظاهرات التى ترمى الى اسقاط النظام القائم أو ارغامه على الالتزام بسياسات معينة • وتأخذ أحيانا أخرى شكل الثورات أو الانقلابات العسكرية • وقد تصل الأمور الى ما هو أسوأ من ذلك ، حينما تشتعل الحروب الأهلية بين أبناء البلد الواحد ، ويصعب على القادة الوطنيين السيطرة على الموقف دون أن تفقد أوطانهم الخسائر الجسيمة فى الأرواح والأموال • وترجع هذه الأحداث فى أغلب الأحوال الى فقدان الثقة والتفاهم بين هذه الأنظمة وجماهيرها أو حتى فقدان التوافق والتكيف بين جماهير الدولة الواحدة • حقيقة قد تلعب بعض القوى الخارجية المعادية دورا هاما فى زيادة الفجوة بين الأنظمة الحاكمة والجماهير أو تغذية الصراع بين أبناء البلد الواحد ولكن ذلك يحدث بسبب عدم قدرة الحكومات الوطنية على تحقيق التكيف والانسجام والتوافق بينها وبين الجماهير من ناحية أو عجزها عن التصدى لحملات التشكيك المعادية من ناحية أخرى • ولما كانت العلاقات العامة مسئولة عن تحقيق التكيف والانسجام والتوافق بين أى منظمة وجماهيرها ، فقد أصبح من الضرورى أن نتعرف على دور هذا الفن القديم الجديد فى تحقيق التفاهم المتبادل بين الحكومات والجماهير فى الدول النامية •

خطة البحث :

لتحديد دور العلاقات العامة فى تحقيق التكيف والتفاهم بين الحكومات والجماهير فى الدول النامية ، سيتعرض البحث أولا لأهمية

العلاقات العــامة ودورها فى المجــال الحكومى . مع تقديم فكرة عن ممارستها فى بعض الدول المتقدمة والنامية ، ثم بيان الأهــداف الأساسية للعلاقات العــامة الحكومية ، وينتقل البحث بعد ذلك الى الدور الخاص للعلاقات العــامة الحكومية فى الدول النامية فى ضوء مشكلاتها المتميزة .

وأخيرا يصل البحث الى التوصيات التى يراها لاقامــة علاقات طيبــة بين الحكــومة وجماهير الشعب .

المبحــث الأول

العلاقات العــامة فى المجال الحكومى

تزايد اهتمام الحكومات بالعلاقات العامة نتيجــة لانتشار النظم الديمقراطية ، وظهور الرأى العــام كقوة مؤثرة فى ادارة الأحــداث واتخــاذ القرارات أو السياسات ، ونمــو جماعات الضغط فى كثير من الدول بالاضافة الى تطور وســائل الاتصــال ، مما أدى الى تقريب المسافات بين بقاع العــالم المختلفــة ، وتبــادل التأثير بين الثقافات المتباينــة [١] .

وقد أكدت هــذه الحقيقة السيدة أنديرا غاندى رئيسة وزارة الهند السابقة حينما قالت : « العلاقات العامة هى احدى دعامات الديمقراطية ، ولمــا كانت السياسات الحكومية والصناعية تتزايد تعقيدا باستمرار فان العلاقات العــامة تستطيع أن تجعل هــذه السياسات واضحة للجماهير ، وتمكنهم فى نفس الوقت من الاسهام فى رسمها أو ترك بصماتهم عليها [٢] . وقد أشــار الى هذه الحقيقة أيضا أحــد خبراء العلاقات العامة حين قال أن الديمقراطية سوف تحيا طالما كان هناك اتصال حر واعلام صادق .

---

(١) على عجوة : الأسس العلمية للعلاقات العامة ، القاهرة ، عالم الكتب ١٩٧٧ ، ص ٣ — ٦ .

(2) Cutlip and Center : **Effective Public Relations.** Forth Edition Prentice Hall Inc., Englewood Cliffs; New Jersey 1971, p. 529.

دور العلاقات العـامة فى المجـال الحكومى :

حـدد سام بلاك Sam Black للعلاقات العامة الحكومية وظيفتين أساسيتين :

١ — تقـديم معلومات مستمرة ومنتظمـة عن السياسات والخطط والانجازات الحكومية الى الجمـاهير ، واعلامها بالتشريعات والتنظيمات والاجراءات التى تمس الحياة اليومية للمواطنين •

٢ — تقديم النصح للوزراء وكبار المسئولين فيمـا يتعلق بردود الفعل الحالية والمتوقعة للسياسات القائمة أو المرتقبة [١] •

فالادارة الناجحة لا تفرض القرارات من أعلى وانمـا تستلهم قراراتها من واقع الجمـاهير ومشكلاتها • وهذا يتطلب تهيئة قنوات الاتصال التى تنسـاب من خلالها المعلومات الى الادارة لكى تتعرف على الآراء والاتجاهات السـائدة ، ولكى تقف على المشـكلات التى تعانى منها الجماهير قبل أن يستفحل أثرها ويصعب تداركها • وهذا ما عناه Zechariah Chafee حين قال أن الاعـلام الحكومى يستطيع أن يلعب دورا حيويا فى انجاح الادارة باكتشـاف أثر القوى الاجتماعية الجديدة ، والتعرف على مواطن القلق والتوتر قبل أن تزداد حدتهـا ، وتقويـة الشعور بالانتماء القومى والوحدة الوطنية [٢] •

وفى عـام ١٩٤٠ كتب هاroوود تشـايلدز Harwood L. Childs أستاذ العلوم السياسية الأمريكى يقول : ان مسئولية العلاقات العـامة أن تحدد للادارة الأعمال والسياسات التى تؤثر على المجتمع ، وعليها أن تستبعد من هـذه الأعمال والسياسات ما يتعارض مع مصلحـة

---

(1) Sam Black : **Practical Public Relations.** Forth Edition, Sir Isaac Pitman and Sons Ltd. London 1976, p. 140.

(2) Cutlip and Center : **op. cit.,** p. 531.

الجمهور أو تعد لهـا بما يحقق التوافق بين مصلحـة الفرد أو المنظمة ومصلحة الجماهير ، ولكى يتحقق ذلك على الوجـه الأكمل فلابد أن يفهم رجال العلاقات العـامة المبادىء الأساسية للعوامل الاجتماعيـة والسـياسية والثقافية والاقتصـادية التى تحـرك المجتمع فى الوقت الحـاضر [1] •

واذا كان أرسطو قد صاغ هـذه المشكلة فى سؤاله : هل يمكن اقامة جسر بين هـذه البيئة المعقدة وقدرة الانسـان السياسية البسيطة ؟ فان العلاقات العامة بمفهومها الحديث قـد أجابت على هذا السـؤال بالايجاب شريطة أن تمارس هذه الوظيفة على أسس علمية وبصفـة مستمرة •

ويرى روبينسـون Robinson أن هذه الوظيفة تتضمن [2] :

١ — قياس وتقييم وتفسير اتجاهات الجماهير المختلفة التى لها صلة بالمنظمة •

٢ — مساعدة الادارة فى تحديد الأهداف الرامية الى زيادة التفاهم والوفاق بين المنظمة وجماهيرها وقبول هذه الجماهير لمنتجات المنظمـة وخططها وسياساتها والأفراد العاملين بهـا •

٣ — تحقيق التوازن بين أهـداف المنظمـة وأهداف ومصالح واحتياجات الجماهير المختلفة التى لها صلة بهـا •

٤ — تخطيط وتنفيذ وتقويم البرامج الرامية لكسب رضاء الجماهير وتفاهمها •

---

(1) Raymond Simon : **Perspectives in Public Relations**, Univ. of Oklahoma Press. Norman Oklahoma 1966, p. 54.

(2) Edward J. Robinson : **Communication and Public Relations**, Charles E. Merril Books Inc.. Columbus. Ohio 1966, p. 36.

ولا تختلف هده الوظائف من حيث المبدأ باختلاف المؤسسات التى تسعى لكسب تأييد الجماهير والفوز بثقتها — فسواء كانت هذه المؤسسات صناعية أو تجارية — أولا تخضع لعامل الربح ، أو يناط بها ادارة شئون البلاد فلابد أن تمارس هذه الوظائف لتحقيق أهداف العلاقات العامة .

وهذا ما يؤكده تعريف جمعية العلاقات العامة الدوليه الدى يقول :

« العلاقات العامة هى وظيفة الادارة المستمرة والمخططة والتى تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التى تهمها والحفاظ على أستمرار هذا التفاهم والتعاطف والتأييد ، وذلك من خلال : قياس اتجاه الرأى العام لضمان توافقه قدر الامكان مع سياساتها وأنشطتها ، وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الاعلام الشامل المخطط » [1] .

وهذا التعريف يقودنا الى تأكيد المبدأين التاليين فى مجال العلاقات العامة الحكومية :

١ — أن أى منظمة تتعامل مع الجماهير تتعرض كثيرا لحملات كيدية من جانب المنظمات المنافسة بهدف اضعافها واجتذاب جماهيرها الى جانب المنافسين أو حتى تحطيمها نهائيا . وازالتها من سوق المنافسة . وكما يحدث هذا فى المنظمات التى تسعى الى الربح أيا كان نوعها فهو يحدث أيضا فى المجال السياسى بين الأحزاب والحكومات لاختلاف الاتجاهات السياسيه والرغبة فى الوصول الى الحكم أو تحطيم النظام القائم لتعارضه مع مصالح فئة معينة من فئات المجتمع . وكما

(1) Cutlip and Center : **op. cit.**, p. 5. .

ينبغى أن تسعى المنظمات التجارية الى التعرف على اتجاهات الجماهير ، ودراســة أوضاع المنظمات المنافســة وما تحاول أن تبثه هذه المنظمات من شائعات وحملات همس ضدها يلزم أن تقــوم الحكومات أيضــا بدراســة الشائعات وحملات الهمس التى توجــه ضدها • ويتم ذلك فى أغلب الأحوال عن طريق أجهزة تحمل أسماء مختلفة يندرج بعضها تحت أجهزة المخابرات • ويتبع بعضها التنظيمات السياسية القائمــة أو ادارات تحليل الرأى العــام أيا كانت تبعيتها • وهذا يقودنا الى المبــدأ الأول فى **العلاقات العــامة وهو التعرف على الاتجاهات السائدة ازاء المنظمــة ، وأيضــا دراســة المحاولات المعادية التى ترمى الى النيــل منها ، أو التشكيك فيهــا** [1] •

٢ ـــ أن أى منظمة لابد وأن تراعى عند اتخاذ قرار معين أو اتباع سياسة جديدة تأثير ذلك على الجماهير التى تتعامل معها • فاذا كان من المحتم اتباع سياسة معينة لأنه لا بديل عنها ، وهذه السياسة تفــرض تضحيات على الجماهير فلابد من تهيئة الجماهير لتقبل هــذه التضحيات من خلال الاقناع بمبررات الســياسة الجديدة ، وتقديم القــدوة فى المشاركة فى تحمل ما يطلب الى الجماهير تحمله من أعباء • وهــذا هو المبدأ الثانى ، **تهيئة الجمــاهير للتغييرات المرتقبة وتقديم القدوة من جانب القيادات الداعية الى التغيير لتحمل آثاره ونتائجه** [2] •

حــالة مصرية :

نستطيع أن نقدم فى هــذ المجال حالة واقعية شهدتها مصر فى مطلع عام ١٩٧٧ وأسفرت عما اصطلح على تسميته بأحداث ١٨ ، ١٩ ينــاير

---

(1) Davison, W. Phillips and Frederick T. C. Yu. : **Mass Communication Research.** Praeger Publishers Inc. New York 1974. p. 70.

(2) Steven, H. Chafee and Michael J. Petrick : **Using The Mass Media Communication Problems in American Society.** McGraw Hill Inc. New York 1975, pp. 64-65.

١٩٧٧ . فقد طالعتنا الصحف الصادرة فى ١٨ ينـاير ١٩٧٧ بمجموعة قرارات حكومية لرفع الأسعار الخاصـة بمعظم السلع الأساسية . وكان وقع هذه القرارات مفاجئا للجماهير التى لم تهيىء لتحمل هـذه الأعباء الاقتصادية الجديدة التى رأت المجموعة الاقتصادية أنهـا من بين الطرق الأساسية لاصلاح المسـار الاقتصادى . بل انه على العكس من ذلك أعلن رئيس الوزراء فى حديثه الى المحرر الاقتصادى لجريدة الأهرام قبل اتخـاذ هـذه القرارات بأقل من ثلاثة أسابيع « تثبيت أسعار جميع السلع فى عام ١٩٧٧ » . وجاء ذلك فى العنوان الرئيسى « المـانشيت » . وأكد رئيس الوزراء خلال الحديث على رفع المعاناة عن الشعب وتحقيق العدل الاجتماعى [١] .

وتناولت صحف اليوم التالى :

« السادات يطلب الاسراع باصـدار قوانين العاملين والاسكان والضرائب » [٢] « الرئيس يناقش القيادات فى وسـائل توفير الغـذاء والكسـاء وتثبيت أسعار السلع الضرورية » [٣] .

وقد طالعتنا صحيفة الأخبار الصادرة فى ٥ يناير ١٩٧٧ بالعنوانين الرئيسيين التاليين :

« السادات : ١٩٧٧ عام حل المشـاكل » « لابد من التركيز أولا على الطعام والاسكان .. وقد بدأنا الطريق لحل المشكلتين » .

فاذا أضفنا الى ذلك كثرة التصريحات حـول القانون الجـديد للعاملين ومزاياه لأدركنا كيف ساهمت القيادة السياسية وأجهزة الاعلام فى خلق ما يسمى بثورة التطلعات التى رفعت آمال الجماهير وجعلتهم

---

(١) الاهرام : عدد ١ يناير ١٩٧٧ .
(٢) الأهرام : عدد ٢ يناير ١٩٧٧ .
(٣) الأخبار : عدد ٢ يناير ١٩٧٧ .

يترقبون الحلول لمشاكلهم بين لحظة وأخرى • واذا بهذه الآمال تتعرض للاحباط خلال أيام قليلة باعلان رفع أسعار السلع الأساسية لاصلاح المســار الاقتصـــادى •

أما فيما يتعلق بتقديم القدوة من جانب القيادات الداعية للتغيير لتحمل آثاره ونتائجه فقد انتشرت على العكس من ذلك حملات الهمس والاتهامات لتنال من بعض القيادات دون أن تقوم هذه القيادات بأى جهد جاد لتفنيد هــذه الاتهامات • وقد أدى ذلك الى زيادة الاحساس بالظلم الاجتماعى ، وفقدان العدالة فى توزيع الأعباء فكانت المظاهرات الصاخبة العنيفة التى تفجرت على اثر اعلان هــذه القرارات واستمرت الى أن تم الاعلان عن الغائها •

ممارسة العلاقات العامة الحكومية فى العصر الحديث :

يعد تيودور روزفلت Theodore Roosevelt من الرواد الأوائل لفن العلاقات العــامة فى المجال السياسى ، فقــد أدرك الرئيس الأمريكى الأسبق أهمية تعبئة الرأى العــام وكسب تأييده للبرامج والســياسات المختلفة ، ولذلك أنشأ مكتبا للصحافة بالبيت الأبيض ، وحرص على تنظيم لقاءات دورية بمندوبى الصحف • وقد أجاد روزفلت استراتيجية التوقيت فى العلاقات العــامة فكان يصدر بيانه الصحفى يوم الأحــد ليظفر بمكان بارز فى الصفحة الأولى من صحف يوم الاثنين (١) •

وقد وصفت مجلة هاربرز الأسبوعية Harper's Weekly الرئيس تيودور روزفلت بأنه مندوب صحفى • وهــو ما أكــده دافيــد بارى David S. Barry عندما قال أن روزفلت كان يعرف قيمة الأخبار ويدرك أثرها الفعــال ، ويعرف أيضا كيف ينبغى أن تكتب ، وما هى الوسيلة المناسبة لنشرها (٢) ــ وهذه القدرات لا تتوافر بالطبع لجميع

---

(1) Ibid : p. 534.
(2) Ibid : p. 80.

الرؤساء ، ومن هنا كانت أهمية مستشار العلاقات العامة فى مساعدة رجال السياسة على رعاية علاقاتهم بالجماهير ، وتحقيق التفاهم والتوافق من خلال الاتصال المستمر والمتبادل بين الحكومة والمواطنين [١] .

وقد لاحظ ريفرز Rivers وزملاؤه أن حكومة الولايات المتحدة الأمريكية تنفق سنويا على العلاقات العامة الحكومية ما يزيد عن ٤٠٠ مليون دولار ، أى أكثر مما يصرف على القطاعات القضائية والتشريعية . وتبلغ نفقات الحكومة الفيدرالية لاعلام دافعى الضرائب الأمريكيين ، بالكلمة والصورة أكثر من ضعف ما تتكلفه الوكالتان الكبيرتان فى جمع الأنباء ، وشبكات التليفزيون الثلاث ، وعشرة أضعاف ما تتكلفه الصحف العشر الكبرى [٢] .

ومن المؤسف أن كثيرا من الحكومات تركز على عملية النشر فقط باعتبارها الوظيفة الأساسية للعلاقات العامة وتهمل الوظائف الثلاث الأخرى وهى البحوث والتخطيط والتقويم ، وقد خلص كراميل من احدى دراساته لادارات العلاقات العامة الحكومية الأمريكية أن القطاع الأكبر منها ينفذ الكثير من البرامج الاعلامية دون أن يقوم بأية محاولة علمية لقياس الرأى العام . وقد أكد ليكرت Rensis Likert على أهمية هذه الأبحاث حين قال أن تقبل الأفراد لأى برنامج وتأييدهم له لا يتوقف فقط على سلامة البرنامج ومدى اشباعه لاحتياجاتهم ، وانما يعتمد أيضا على طريقة فهمهم لهذا البرنامج ، ويرجع السبب فى فشل بعض البرامج السليمة الى عدم فهم الجمهور لها على النحو المقصود [٣] .

Communication. Harper & Row Publishers. New York 1973, p. 264.

ترجمة ابراهيم امام ، القاهرة ، دار المعرفة ، ١٩٧٥ ، ص ٤٧٣ .

(1) Schramm W. : **Men Messages and Media : a look at human**

(٢) ريفرز ، ويليام وآخرون : وسائل الاعلام والمجتمع الحديث ،

(3) Cutlip and Center : op. cit., p. 552.

ويحـــذر الباحثان كاتليب وسنتر Cutlip and Center من خطأ الاعتماد على ما ينشر فى الصحف للتعرف على اتجاهات الرأى العام ، فرغم أن تحليل ما ينشر فى وسائل الاعلام يندرج تحت وسائل التعرف على اتجاهات الرأى العام الا أنه لا يعبر دائمـــا عن رأى الأغلبيـــة الواعية • كما تعتمد بعض الحكومات على القنوات السياسية للتعرف على آراء الجماهير وهـــذا أيضا لا يعبر على الدوام عن هذه الآراء بدقة كافية (١) •

وقد استخدمت الحكومة البريطانية بحوث الرأى العام كمرشـــد لبرامج العلاقات العامة بها منذ فترة طويلة ، فأنشأت وحدة البحوث كاحـــدى ادارات وزارة الاعلام فى عام ١٩٤١ ، وبعد انتهاء الحرب العالمية الثانية انتقلت هـــذه الادارة الى الجهاز المركزى للاستعلامات Central Office of Information تحت أسم ادارة البحوث الاجتماعية ، وما لبثت هذه الادارة أن أصبحت وكالة مستقلة للبحوث فى عام ١٩٦٧ (٢) •

كما اعترفت الحكـــومة الكندية بأهمية مســـوح الرأى العـــام فى تحقيق التكيف مع مواطنيها حيث أعاد رئيس وزرائها فى عـــام ١٩٧٠ تنظيم جهاز العلاقات العامة بحكومته ، فقد أنشأ وكالة مركزية للعلاقات العامة والاعلام تتكون من أربعـــة أقســـام هى التخطيط والبحوث ثم النشر والمعلومات ثم مســـوح الرأى العام ، وأخيرا الشئون الادارية للوكالة • وقد تم انشـــاء هذه الوكالة بناء على التوصيات التى وردت فى تقرير عن الضرورة الحتمية للاعلام تحت عنوان : لكى تعرف وتعرف To know and Be known (٣) •

وقد انشأت حكومة الثورة فى مصر مصلحـــة الاستعلامات ضمن ادارات وزارة الارشـــاد القومى فى نوفمبر عام ١٩٥٢ ، ثم حولت هذه

---

(1) Ibid : p. 552.
(2) Ibid : p. 552.
(3) Ibid : p. 552.

المصلحـة الى هيئة عامـة فى عام ١٩٦٧ . وتتلخص أهم أهـداف هذه الهيئـة فيمـا يلى :

١ — توضيح الصورة الحقيقية لمصر أما م الرأى العام العالمى .

٢ — تدعيم المفاهيم الجـديدة للدولة لدى الجمـاهير ، وتحقيق الاتصال بين القاعدة الشعبية والقيادات فى العاصمة وعواصم المحافظات .

٣ — القيام باستقصاءات عن الرأى العام العالمى والمحلى لمعرفة اتجاهاته نحـو القرارات التى تتخذها أجهزة الدولة المختلفة .

٤ — تجميع المعلومات عن مختلف الأحداث والقضايا التى تهم الرأى العام العالمى والمحلى ودراستها وابلاغها للجهـات المعنية لكى تخطط السياسات على أسـاس الموقف الحقيقى لاتجاهات الرأى العام .

٥ — تقديم المعلومات الوافية لرجال الاعلام والرد على استفساراتهم مما يسـاعدهم على التعرف على اتجاهات الدولة ومجابهـة الدعاية المضـادة .

٦ — اعداد النشرات والتقارير الاعلامية عن مختلف الموضـوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية ورفعها الى الأجهزة العليا بالدولة (١).

وجدير بالذكر أن معظم أجهزة الاعلام فى عدد كبير من الدول النامية تخضع لاشراف حكومات هـذه الدول أو سيطرتها ، ومن ثم تستطيع تلك الدول توجيه الرأى العام من خلال هذه الوسائل ، وكسب ثقته وتأييده لبرامجها وسياساتها (٢) وبهذا تصبح وسائل الاعلام فى هذه الدول بمثابة

---

(١) ابراهيم امام : العلاقات العامة والمجتمع ، الطبعة الثانية ، مكتبة الانجلو المصرية ١٩٦٨ ، ص ٣٠٠ — ٣٠٢ .

راجـع أيضـا :

محيى الدين عبد الحليم حسين : الاعلام الحكومى واثره فى الرأى العام المحلى ، رسالة ماجستير مقدمة الى قسم الصحافة بكلية الآداب جامعـة القاهرة ، عـام ١٩٧٣ .

(٢) جيهان رشتى : نظم الاتصال ، الاعلام فى الدول النامية ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٢ ، ص ١٥٩ .

أجهزة علاقات عامة حكوميه على المستوى المركزى ، وان كانت تفتقر فى معظم الأحوال الى التخطيط العلمى السليم لتنفيذ وظيفة العلاقات بمفهومها الحديث •

أهداف العلاقات العامة الحكومية :

من العرض السابق لأهمية العلاقات العامة الحكومية ، والدور الذى يمكن أن تلعبه فى تحقيق التفاهم بين جهاز الحكم والمواطنين ، ثم تقديم فكرة موجزة عن ممارستها فى ثلاث من الدول المتقدمة بالاضافة الى دولة نامية هى مصر ، نستطيع أن نبلور أهداف العلاقات العامة الحكومية فيما يلى :

١ — اقناع الجماهير بالتشريعات والاصلاحات الجديدة التى تمليها احتياجات المجتمع المتغيرة •

٢ — تبديد الشكوك والقضاء على اللامبالاة التى قد تصرف الجماهير عن ادراك الوظائف الجديدة والمعقدة للحكومة (١) •

٣ — اعلام المواطنين بالخدمات والمشروعات التى يمكن أن يشاركوا فيها ويستفيدوا منها •

٤ — امداد المواطنين بمعلومات وافية عن الابتكارات الجديدة والانجازات التى تحققها الحكومة فى هذا المجال •

٥ — نقل صورة صادقة للرأى العام للمسئولين التنفيذيين وكذلك الهيئات التشريعية حتى تصدر القوانين فى شكل واقعى ومقبول •

٦ — بلورة الاحساس العام وتهيئة الجماهير لتقبل بعض التضحيات

---

(1) Cutlip and Center : op. cit., pp. 534-535.

الضرورية ، وهــذا يتطلب اقناعهم بالحاجــة الى سن بعض القوانين ومساعدتهم على فهمهــا ٠

٧ — توفير رصيد كاف من الثقة والتأييد لأى هيئة أو جهاز من أجهزة الحكومة لكى يكون لها أصدقاء عند الضرورة فى أى صراع ينشب بينها وبين الهيئات الأخرى أو بينها وبين الجمهور ٠

٨ — التنبوء بالمشكلات التى يتوقع حدوثها ورسم الخطط والبرامج التى تؤدى الى مواجهتها وتلافيهــا أو العمــل على ازالــة أســباب حدوثها ٠ وهــذا يجعل الأجهزة القائمــة باتخاذ القرار الســياسى أو التنفيذى على بينة من كل الخطوات المقبلة وتفادى أى أخطار أو مشــكلات مرتقبــة ٠

المبحث الثانى

مسئوليات العلاقات العامة الحكومية فى الدول النامية

يشير المبحث السابق الى تزايد اهتمام الدول المتقدمة بالعلاقات العامة الحكوميــة وحرصها على الاستفادة من هــذا الفن فى تحقيق التكيف والتوافق بين الحكومات والجماهير ، فقد انشــأت هــذه الدول ادارات خاصة لممارسة هذه الوظيفة ولم تدخر وسعا فى الانفاق عليهــا وتلبيــة متطلباتها ٠ واذا كانت ممارســة العلاقات العامة الحكومية فى الدول المتقدمة تتم فى ظروف مستقرة ومناخ ديمقراطى تتحدد فيــه المسئوليات والحقــوق ، وتفهم الحريات بلا تجاوزات ، فان ظروف ممارسة هــذه الوظيفة فى الدول النامية تواجــه عددا من المشكلات التى تجعلها أكثر تعقيدا والتى تضاعف فى نفس الوقت من مسئولياتها فى تحقيق التكيف والتوافق بين الحكومــة والجمــاهير من ناحية ، وبين قطاعات هــذه الجمــاهير من ناحية أخــرى ٠

فالدول النامية فى سعيها الى اللحــاق بركب الدول المتقدمة فى

المجالات الاقتصاديه والسياسيه والاجتماعيه والادارية تواجــه بعض المشكلات التى تختلف باختلاف ظروف كل منها • فبعض هــذه الدول يواجه نقصا فى الموارد الاقتصادية ، والبعض الآخــر يواجه عجزا فى الكفاءات البشرية المدربة تدريبا متقدما • كمــا أن هناك دولا تعانى قصــورا فى توفير مكونات التكنولوجيــا الحديثة ، هــذا بالاضــافة الى تلك الدول التى تواجه هــذه الأعباء مجتمعة •

كما تواجه الدول النامية أيضا بعض المشكلات السياسية المتصلة بتحديد شخصيتها ونظامها السياسى ، ومحاولات القوى العالمية فرض نفوذهــا وسيطرتها على النظام الحــاكم واستغلال حاجته الى الدعم الاقتصادى أو العون العلمى والفنى للسيطرة على مقدرات هــذه الدول وتوجيه سياستها طبقا لمصالح هذه القوى بالدرجة الأولى ، وهو ما قد يتنافى مــع الصــالح الوطنى •

وتواجــه بعض الحكومات فى الدول الناميــة بالاضافة الى ذلك صراعات داخلية وخارجية تستنزف جهودهــا البشرية فى حروب متصلة تحــد من قدرتها على مواجهة متطلبات التنمية والوفاء بالبرامج التى وعدت بها جماهيرها غــداة وصولها الى الحكم • ويترتب على هــذه الحروب بالاضافة الى تزايد الأعباء الاقتصادية تزايد اتصال مجتمعات هــذه الدول بالعالم الخــارجى وتعرضها للتأثيرات العالميــة بما تحمله من أفكار وأنظمة مختلفــة •

كذلك فقد لعبت الثورة التكنولوجية فى وسائل الاتصال الجماهيرى دورا حاسما فى تعرض مجتمعات الدول النامية للأفكار السياسية العالمية وساهمت مع الوعود المتكررة من القادة الوطنيين فى خلق ما يسمى بثورة التوقعات Revolution of Rising Expectations حيث زادت آمال الجماهير وتطلعاتها لتحقيق حياة الرخاء والاستقرار ، واذ بهذه التطلعات والتوقعات تنهار فى بعض الدول النامية نتيجة للمشكلات العديدة التى

تعرضت لهـا وعجزت معهـا عن تحقيق معـدلات التنميـة ، التى جـاءت فى برامجهـا • وتحـولت ثورة التوقعات الى ثورة احبـاط Revolution of Rising Frustrations[1] وهذا بدوره أضاف مشكلة ضخمـة لحكومات هـذه الدول فى اقناع الجماهير بتحمل المزيد من التضحيات وتقبل الأعباء المتجددة فى عالم يتجه نحو الرخاء •

وكثيرا ما لجأت بعض هذه الدول للتغلب على آثار هذا الاحباط الى خلق معارك وهمية ، أو حتى حقيقية فى المجال الداخلى أو الخارجى لتحويل أنظار الجماهير عن المشكلات الحقيقية التى تواجهها أو تأجيل انفجار السخط ريثما تستطيع حكومات هـذه الدول ايجاد مخرج للأزمة التى تواجهها • كما يلجأ بعض القادة الوطنيين الى احداث تغييرات بين الحين والآخر فى البرامج والسياسات الداخلية أو الخارجية أو حتى فى النظام السياسى نفسـه لصرف لجماهير عن مشكلاتها المزمنة أو اعطائها أملا جديدا لحل هـذه المشكلات [٢] • وقد يؤدى استمرار الأوضـاع كما هى الى مزيد من الاحباط الذى قد يتحول الى سخط عام يتمثل فى شكل مظاهرات عنيفة أو صراعات دموية •

وفى ظل هذه الظروف تتحرك العناصر المعادية للأنظمة الحاكمة فى الداخل والخارج لتشن حملاتها الكيدية للتشكيك فيها واضعافها تمهيدا للسيطرة عليها أو تحطيمها اذا كان ذلك فى صالح القوى المنافسـة • وتستغل هذه القوى الصراعات القائمـة وتلجأ الى تغذيتها وتوسيع الفجوة بين النظام الحاكم والجماهير دون أن تسفر عن وجهها وأهدافها • وفى بعض الأحيان تسفر هذه القوى عن وجهها وتقود بنفسها الأعمال العدوانية لتحقيق مصالحها تحت ستار الادعاء بمناصرة المصالح الوطنية •

---

(1) Davison W. Phillips and Frederick T. C. Yu : op. cit., p. 89.

(٢) مختار التهامى : الرأى العام والحرب النفسية ، الطبعة الثانية ، الجزء الأول ، القاهرة ، دار المعارف ، ١٩٧٢ ، ص ١٢٢ • وايضا :

Elul, Jacques : Propaganda. Translated by Konrod Kellen and Jean Lerner. Vintage Books Edition. New York 1973. pp. 169 - 170.

وتقودنا هذه المشكلات الى تحديد مسئوليات العلاقات العامة الحكومية فى الدول النامية على النحو التالى :

١ — تهيئة الأذهان للمفهوم القومى للتنمية بأبعادها الشاملة ، والتضحيات التى تتطلبها من جانب الجماهير مقابل تحقيق أهداف معينة •

٢ — اقناع الجماهير بالتشريعات والاصلاحات الجديدة التى تمليها احتياجات المجتمع المتغيرة •

٣ — اعلام المواطنين بالانجازات والمشروعات الناجحة التى تحققها الحكومة ، وتوضيح آثار هذه المشروعات على الخطة الشاملة •

٤ — التعرف على آراء الجماهير واتجاهاتها ازاء السياسات والبرامج المختلفة التى تصدر عن الحكومة ونقل صورة صادقة عن هذه الاتجاهات الى المسئولين •

٥ — تقديم المعلومات الوافية لرجال الاعلام عن خطط الحكومة وسياستها حتى يتمكنوا من القيام بدورهم فى توجيه الرأى العام ومواجهة الدعاية المضادة •

٦ — تبديد الشكوك والقضاء على حملات الهمس والشائعات التى يبثها أعداء النظام بهدف التشكيك فى قدرته أو صدقه فى تنفيذ برامجه وتحصين الجماهير ضد هذه الحملات المعادية •

٧ — العمل على ازالة أسباب الصراع الداخلى بين أبناء الدولة ، ودعم الوحدة الوطنية ، وتأكيد الشعور بالانتماء القومى عند الجميع •

٨ — التعرف على أخطاء المسئولين ومواجهتهم بها وتقديم النصح اليهم لكى يكونوا نماذج طيبة تقتدى بها الجماهير • وهذا يتطلب أن تتحمل القيادات نصيبها فى التضحيات التى تطالب بها المواطنين •

٩ — تهيئة الجماهير للتغييرات التى ستحدث ، وتفسير هذه التغييرات ومساعدة الجماهير على فهمها ، والتكيف معها ، والعمل على تخفيف التوتر والقلق الناتج عن الاحتكاك بين الاتجاهات التقليدية السائدة فى المجتمع والاتجاهات العالمية الحديثة •

١٠ — التنبوء بالمشكلات التى يتوقع حدوثها ورسم الخطط والبرامج التى تؤدى الى التغلب عليها ومواجهتها فى مهدها بالتعاون مع الأجهزة القائمة باتخاذ القرارات السياسية أو التنفيذية •

وفى ختام هذا البحث :

نستطيع أن نصل الى بعض التوصيات لارساء القواعد العلمية للعلاقات العامة الحكومية ، وتهيئة الطريق لممارستها بأقصى قدر من الفاعلية لتحقيق التكيف والتوافق بين الحكومة والجماهير من ناحية ، وبين جماهير الشعب الواحد من ناحية أخرى ، وفيما يلى أهم هذه التوصيات :

أولا : ضرورة الأخذ بالمنهج العلمى فى قياس الرأى العام ، وهذا يتطلب دعم الجهات المناط بها التعرف على اتجاهات الرأى العام بالباحثين المؤهلين علميا للقيام بهذا العمل ، وضرورة اطلاع المسئولين على هذه الاتجاهات بصفة دورية •

ثانيا : ضرورة الأخذ بالتخطيط العلمى فى ممارسة أنشطة العلاقات العامة الحكومية من خلال جهاز تتوافر له الكفاءات الفنية والعلمية لترشيد القرارات والسياسات الحكومية التى تتصل بالمواطنين . وأن تكون لذلك الجهاز الصلاحيات الكاملة التى تمكنه من التنسيق بين كافة الأجهزة الاعلامية لتنفيذ سياسة اعلامية ناجحة •

ثالثا : تشجيع الدراسات الرامية الى التعرف على ديناميكية السلوك الاجتماعى ازاء المواقف والأحداث المختلفة للتعرف على العوامل الاجتماعية والرواسب التاريخية التى تؤثر على تطور هـذه المواقف وتلك الأحداث بالنسبة للمجتمعات المختلفة لوضع ذلك فى الاعتبار عند التخطيط لأى سياسة قومية أو عند اصدار قرارات تمس قطاعات كبيرة من الشعب •

مصادر البحث ومراجعه

أولا ــ بحوث غير منشــورة :

ــ محيى الدين عبد الحليم حسين : الاعلام الحكومى واثره فى الراى العام المحلى .رسالة ماجستير مقدمة الى قسم الصحافة بكلية الآداب جامعة القاهرة عام ١٩٧٣ .

ثانيا ــ بحوث وكتب عربية ومصرية :

ــ ابراهيم امـــــام : العلاقات العامة والمجتمع ، الطبعة الثانية ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٦٨ .

ــ جيهـــان رشتى : نظم الاتصال ، الاعلام فى الدول النامية ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٢ .

ــ ريفرز . وليام وآخرون : وسائل الاعلام والمجتمع الحديث ، ترجمـــة ابراهيم اما م، القاهرة ، دار المعرفة ، ١٩٧٥ .

ــ علـــى عجـــوة : الأسس العلمية للعلاقات العامة ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٧٧ .

ــ مختـــار التهـــامى : الرأى العام والحرب النفسية ، الطبعة الثانية ، الجزء الأول ، القاهرة ، دار المعارف ، ١٩٧٢ .

ثالثا ــ بحوث وكتب اجنبية :

— Black, Sam, Practical Public Relations. Forth Edition. Sir Isaac Pitman and Sons Ltd London 1967.

— Cutlip, Scott and Allen H. Center : Effective Public Relations. Forth Edition. Prentice Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, 1972.

— Davison W. Phillips and Frederick T. C. Yu : Mass Communication Research. Praeger Publishers Tnc.. New York, 1974.

- Ellul, Jacques : Propaganda. Translated by Konrad Kellen and Jean Lerner. Vintage Books Edition. New York 1973.

— Robinson, Edward J. Communication and Public Relations Charles E. Merril Books Inc. Columbus Ohio 1966.

— Simon, Raymond : Perspectives in Public Relations. University of Oklahoma Press. Norman Oklahoma 1966.

— Schramm W. Men, Messages and Media, a look at human communication. Harper & Row publishers. New York 1974.

— Steven, H. Chaffee and Michael J. Petrick : Using The Mass Media Communication Problems in American Society McGraw Hill Inc., New York 1975.

الدراسة الثالثة

دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي

مقدمــــة

اذا كانت العلاقات العامة قد حظيت بالقبول على نطاق واســع فى النصف الثانى من هــذا القرن ، فان هذا القبول لم يصاحبه فهم دقيق لمفهومها ووظائفها فى المؤسسات المختلفة حتى بين من يهمهم أمر ادارة هــذه المؤسسات • وقد أدى هــذا الوضع الى عــدم التأييد الكامل لادارات العلاقات العامة فى هــذه المؤسسات . والى نقص الموارد المالية والبشرية التى تمكنها من ممارســه هذا العمل على النحو الصحيح •

وهــذا البحث هو بداية لعدد البحوث يعتزم الباحث اجراءهــا لتطبيق المبادىء العامة التى طالما ترددت فى مؤلفات العلاقات العــامة الأجنبية والعربية • واذا كانت هــذه المبادىء العامة هى فى أساسها صــدى للممارســة العملية المتطورة التى شهدتهــا الولايات المتحدة الأمريكية فى مطلع هــذا القرن ، فان عالمنا العربى لم يشهد هــذه الممارسة الا متأخرا حين بدأت حركة النقل عن المؤلفات الأجنبية والاضافة اليها من خلال الاجتهادات النظرية التى تستند الى الواقع العربى •

واذا كانت المكتبة العربية قد بدأت تزخر بمؤلفات عربية قيمة فى مجال العلاقات العامة . الا أن الدراسات التطبيقية مازالت محــدودة فى هــذا المجــال •

ولذلك فان الهدف من هــذا البحث هو اجراء دراســة تحليلية للعلاقات العامة فى مجال التعليم العالى للتعرف على النموذج الأمثل لممارســة هذه الوظيفة فى هذا المجال ، ولتحديد الأهداف التى يجب أن تحققها ، والجماهير التى تهتم بها ، والأساليب والرسائل التى تضمن التأييد المستمر من جانب هذه الجماهير للجامعات والمعاهد العليا •

خطة البحث :

ينقسم هذا البحث الى مقدمة وثلاثة مباحث وخاتمة • فنتناول فى المقدمة أهمية البحث والهدف من اجرائه وخطته • وفى المبحث الأول ، نستعرض أهم المشكلات التى تواجه التعليم العالى ثم نبين أهداف العلاقات العامة فى هذا المجال • ويتناول المبحث الثانى بالتحليل الجماهير المؤثرة والمتأثرة بنشاط العلاقات العامة فى هذا المجتمع • وينقسم المبحث الثالث الى قسمين : أولهما يحدد مكانة ادارة العلاقات العامة فى الهيكل التنظيمى لمؤسسات التعليم العالى ، وثانيهما يقترح نموذجا تنظيميا لأقسام ادارة العلاقات العامة فى هذا المجال • وأخيرا نستعرض فى الخاتمة النتائج النهائية للبحث •

المبحث الأول

أهداف العلاقات العامة فى مؤسسات التعليم العالى

ينقسم هذا المبحث الى قسمين رئيسيين : الأول يتحدث عن المشكلات التى تواجه المجتمع الجامعى (*) ، والثانى يتناول أهداف العلاقات العامة فى مؤسسات التعليم العالى ، فلكى نصل الى تحديد دقيق لاهداف العلاقات العامة فى مؤسسات التعليم العالى ينبغى أن نشير الى المشكلات الأساسية التى تعترض هذا المجال ، أو التى تمثل بعض الصعاب المعوقة لرسالة الجامعة أو المعهد ومن الطبيعى أن يركز البحث على المشكلات العامة البارزة التى تواجه التعليم العالى دون المشكلات الصغيرة التى لا تمثل ظاهرة عامة بين الجامعات والمعاهد العليا • وتختلف حدة هذه المشكلات من دولة الى أخرى وان اشتركت فيها معظم الدول تقريبا بدرجات متفاوتة •

(*) المقصود بالمجتمع الجامعى مجتمع الجامعات والمعاهد العليا .

أولا — المشكلات التى تواجه المجتمع الجامعى :

١ — الحرية العلمية :

يواجه البحث العلمى فى كثير من الدول باجراءات معينه تمثل قيودا فى بعض الحالات على الفكر العلمى ، وتشكل حجرا صريحا أو مقنعا على الآراء • وتزداد هـذه الخطورة فى أوقات الأزمات الداخلية أو التهديدات العدوانيـة الخارجيـة • وقد شـهدت الولايات المتحدة الأمريكية — رغم كل مظاهر الديمقراطية التى تظللها — ألوانا من المصادرة على الفكر العلمى فى أعقاب الحرب العالمية الثانية تحت ستار مكافحـة الشيوعية ، كما ان المتطرفين سياسيا من أقصى اليمين الى أقصى اليسار يشكلون تهديدا مستمرا للحرية العلمية ، وهـو ما يجب التصـدى له بحزم • وقـد جسـد هـذه الحقيقة رئيس سـابق لجامعـة كنتكى University of Kentucky حين قال ان أهم عمل يجب أن يقوم به رئيس الجامعة هو المحافظة على حريتها (١) •

واذا كانت الحرية العلمية فى الولايات المتحدة الأمريكية موضع شك فى بعض الأحيان فانها تعانى أزمة حقيقية فى الاتحاد السوفيتى والدول التى تدور فى فلكه • كما أنها تعانى نفس الشىء فى كثير من الدول النامية •

ولا شك أن صيانة القانون داخل الجامعـة يحافظ على حقـوق الجميع . ويحمى الجامعة من التدخل الخـارجى • فالحرية العلميـة كغيرها من الحريات لها التزاماتها ومسئولياتها تجاه المجتمع • وفى هذا الصدد يتحمل أستاذ الجامعة قدرا كبيرا من عبء هذه المسئولية •

---

(1) Cutlip, Scott and Center Allen. **Effective Public Relations** Forth Edition. Prentice Hall Inc., Englewood Cliff., New Jersey, 1971. p. 592.

٢ ــ الدعم المــالى :

لقد أدى تطور نظم التعليم ومناهجه بما يتفق وضرورات القرن العشرين ، وكذلك النمو المتزايد فى اعداد الطلاب ، والمسئوليات الجديدة للجامعة فى مجال اجراء البحوث . والتدريبات العملية ، أدى هذا كله الى زيادة نفقات التعليم العالى بشكل كبير • وقد دفع هذا الوضــع رؤساء الجامعات الأمريكية الى استخدام النشر أولا ثم استخدام كل فنون العلاقات العامة فى زيادة الدعم المــالى الذى تقدمه حكومة الولاية ، والشركات والأفراد ، بالاضافة الى الحكومة الاتحادية فى واشنطن •

واذا كانت الجامعات فى الولايات المتحدة الأمريكية وبعض الدول الأوروبية تعتمد فى تمويلها بصفة أساسية على الرســوم التى يدفعها الطلاب ، بالاضافة الى التبرعات والمنح والدعم الحكــومى المحلى والفيدرالى فان الجامعات فى دول أخرى كثيرة تعتمد أساسا على التمويل الحكومى ، وربمــا زادت على ذلك بتقــديم المنح والمكافآت للطلاب لتشجيعهم على مواصلة الدراسة • كما أن هناك نوعا ثالثا من الجامعات يعتمد على الدعم الحكومى مع تحصيل رسوم رمزية من الطلاب ، ومنح المكافآت للمتفوقين منهم •

والغريب أن مشكلة الموارد تكاد تكون مشكلة عامــة بين الجامعات والمعاهد العليا سواء فى الدول الفقيرة أو الدول الغنيــة • ورغم أن حدة هذه المشكلة أقل فى الدول الغنية الا أن لها ظلالها التى لا تنكر ، والتى قد يكون من أسبابها عدم قدرة ادارة الجامعة على اقناع الحكومة باحتياجاتها المالية ، أو تبديدها للأموال المخصصة فى غير مكانها الصحيح •

٣ ــ اختيار الطلاب :

تزايد الاقبال على التعليم العالى فى معظم دول العالم حتى فى الدول المتقدمة التى تحررت الى حــد كبير من النظرة التقليدية الى الشهادة الجامعية كقيمــة فى حد ذاتها ، وبغض النظر عما حولها من

ظروف أخرى • فقد ارتفعت نسبة الذين يلتحقون بالتعليم الجامعى فى الولايات المتحدة الأمريكية من ٤ ./ من خريجى المدارس الثانوية فى عام ١٩٠٠ لتصبح ٣٧ ./ فى عام ١٩٦٠ [٢] •

واذا أخذنا دولة عربية كجمهورية مصر العربية لوجدنا أن الحكومات المتعاقبة بعد ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢ تفرض على الجامعات والمعاهد العليا معظم خريجى المرحلة الثانوية العامة تقريبا ، والباقى يلحق بالمعاهد المتوسطة لاعداد الفنيين • ولا يبقى الا نسبة ضئيلة ممن يأنفون الالتحاق بهذه المعاهد ويفضلون اعادة الامتحان فى العام التالى ويترتب على ذلك أن تستوعب الجامعات والمعاهد العليا أضعاف أضعاف ما يمكن ان تتحمله طاقاتها من المعامل والقاعات الدراسية وأعضاء هيئة التدريس • وقد أصبح عدد خريجى الجامعات المصرية بالنسبة لعدد السكان أكبر من المملكة المتحدة وضعف ألمانيا الاتحادية [٣] •

واذا كان مجموع الدرجات أو التقديرات الخاصة بالطالب هى أساس الاختيار الشائع فى معظم الكليات والأقسام الجامعية ، فان هذه الطريقة لا تضمن اختيار الطالب المناسب فى التخصص المناسب • ومن أجل هذا لجأت بعض الأقسام العلمية الى اجراء اختبارات مختلفة لاكتشاف قدرات الطلاب • وهذه الاختبارات مازالت هى الأخرى غير دقيقة اذا افترضنا النزاهة المطلقة فى الاختبار • وهو أمر مشكوك فيه فى كثير من الدول النامية •

٤ ــ اجتذاب الأساتذة :

تواجه الجامعات فيما بينها منافسة شديدة لاجتذاب الأستاذ

---

(2) Marston, John : **The Nature of Public Relations.** Mc Graw-Hill Book Company Inc., New York 1963. p. 102.

(٣) **شرام ، ويلبور : أجهزة الاعلام والتنمية الوطنية ، دور الاعلام فى البلدان النامية** ، ترجمة محمد فتحى ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر ، ١٩٧٠ ، ص ٤٧ •

الجامعى الكفء ، وتستوى فى ذلك الدول المتقدمه والدول الناميه وان اختلفت طبيعة المشكلة فى كل منها • ففى الدول المتقدمة تسعى الجامعات لاجتذاب كبار الأساتذة وذوى التخصصات النادرة من نفس الدول ومن الدول الأخرى ومن بينها الدول النامية • وتبذل الجامعات فى سبيل ذلك جهودا غير عادية ، وتقدم لهؤلاء العلماء اغراءات مادية وأدبية بلا حدود ، وقصة الجامعات الأمريكية فى هـذا المجال لا تحتاج الى برهان •

وفى الدول النامية تأخذ المشكلة بعدا آخر ، فالأستاذ الجامعى أيا كانت كفاءته أصبح عمله نادرة • وهو مع ذلك يترك موطنه الأصلى ليعمل فى دول أخرى بحثا عن حياة أفضل . أو ظروف تهيىء له أداء رسالته العلمية على الوجه الأكمل • وهنا تختلف قدرة كل دولة على الاشتراك فى هذه المنافسة التى لا يحسمها العامل المـادى وحده ، وانما تتداخل معه عناصر أخـرى تتعلق : بأمن الأستاذ الجامعى وأسرته ، والحرية العلمية التى يمكن أن يتمتع بها ، ونوعية العلاقات الجامعية السـائدة بين ادارة الجامعة بمستوياتها المختلفة والأساتذة القادمين من خـارج الدولة ، بالاضافـة الى الظروف المناخية والمعيشية التى تحظى هى الأخرى بنسب متفاوته من التأثير تتفاعل مع غيرها من العوامل لتحدد فى النهاية قرار الأستاذ الجامعى بالعمل فى هذه الجامعة أو تلك اذا كان هـو نفسـه مرغوبا فى أكثر من جامعة •

ثانيا ــ أهداف العلاقات العامة فى الجامعات والمعاهد العليا :

يرى جاريت Paul Garret أحد رواد العلاقات العامة الأمريكية ان العلاقات العامة ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة تبدو فى صورة مخالفة لصورتها الحقيقية ، وانمـا هى الجهـود المستمرة من جانب الادارة لكسب ثقة الجمهور من خلال الأعمال التى تحظى باحترامه [٤] •

---

(4) Griswold, Glenn and Denny : **Your Public Relations.** Magazine of Industry, Inc., New York 1948. p. 4.

وترى جمعية العلاقات العامة الدوليه « ان العلاقات العامه هى وظيفة الادارة المستمرة والمخططة والتى تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التى تهمها ، والحفاظ على استمرار هـذا التفاهم والتعاطف والتأييد وذلك من خلال قياس اتجاه الرأى لضمان توافقه قدر الامكان مع سياساتها وأنشطتها ؛ وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والاداء الفعال للمصـالح المشتركة باستخدام الاعلام الشـامل المخطط [٥] .

وفى ضـوء هذين التعريفين اللذين قدما مفهوما واضحا للعلاقات العامة ، واستنادا الى تحليلنا للمشكلات التى تواجه التعليم العالى ، يمكن أن نحدد أهداف العلاقات العامة فى هذا المجال على النحو التالى :

١ ــ تنمية الثقافة العـامة :

ينبغى أن تقوم العلاقات العامة بالجامعة بتنظيم الندوات الثقافية والمحاضرات العـامة التى توسـع مدارك الطلاب ، وتفتح الأذهان الى القضايا الفكرية الهامة ، ومن الضرورى تشجيع الطلاب على التردد على مكتبات الجامعة ، وتزويد هذه المكتبات بكمية مناسبة من الصحف والمجلات المحلية والعالمية ، وتيسير اطلاع الطلاب عليها . ومن المهم أيضا تشجيع الطلاب الموجودين فى الفنون المختلفة باتاحة الفرصـة لهم فى اقامـة المعارض الفنيـة والمشاركة فى الحفلات وتنظيم المسابقات الفنيـة والأدبيـة .

٢ ــ الرعاية الصحية والاجتماعية للطلاب :

يجب أن تؤمن الجامعة للطلاب العلاج والرعاية الصحية الكاملة فالعقل السليم فى الجسم السليم . وينبغى أن تساهم العلاقات العامة بالجامعة فى تشجيع الأنشطة الرياضية وتنظيم المسابقات بين الكليات

---

(5) Cutlip and Center : op. cit., p. 5.

المختلفة وبين الطلاب ، والأســاتذة ، والاداريين ، والخريجين • ومن الممكن أن تساهم العلاقات العامة من خلال فروعها فى الكليات المختلفة مع الاخصائيين الاجتماعيين فيها فى التعرف على المشكلات التى تواجــه الطلاب وأن تساعدهم على التغلب عليها وحمايتهم من سيطرة النزعات الشريرة التى تنتج عن هــذه المشكلات •

٣ — استقبال الوفود الطلابية الزائرة :

ينبغى ان تتبنى كل جامعة خطة سنوية لتبادل الزيارات مع طلاب الجامعات والمعاهد الأخرى • ويجب أن تقوم العلاقات العــامة بتنظيم هذه الزيارات لتحقيق أهدافها العلمية والثقافية والترفيهية • فتقــوم باستقبال هذه الوفود واتاحة الفرصة لها للتعرف على أنشطة الجامعة المختلفة ، وتنظيم لقاءات لها مع كبار رجال الجامعة وأساتذتها وطلابها فى التخصصات المختلفة ، واصطحاب هذه الوفود فى جولة حول منشآت الجامعة الهامــة ، وتقديم الهدايا التذكارية التى تحمل مغزى خاصا بالجــامعة •

٤ — اعلام الطلاب وتوعيتهم :

تتفاوت أهمية هــذا الهدف بين الطلاب القدامى والجدد ، فالطلاب الجدد فى أمس الحاجــة الى التعرف على أنشطة الجــامعة وأنظمتها وسياستها ، والكليات والأقسام التى تضمها ، ومناهج الأقسام المختلفة ، ومحتوى المواد فى نظام الساعات الذى يسمح للطالب بقدر معين من حرية الاختيار • وتتنوع الوسائل الاعلامية التى تحقق هذه الأهداف وغيرها مما يجرى داخل الجامعة ، فهناك الكتيبات أو النشرات أو الدليل أو صحيفة الجامعة أو حتى ما ينشر فى وسائل الاعلام العامة أو اللقاءات والاجتماعات التى يعقدها كبار المسئولين •

٥ — تنظيم حفلات التخرج :

تعتبر حفلات التخرج مناسبة طيبة لتوطيد صلة الجامعة بطلابها

المتخرجين وبأولياء أمــور الطلاب الذين يحضرون هذه الحفلات • وينبغى أن تكون هذه المناسبه فرصه حقيقيه لتشجيع الطلاب على التفوق العلمى ، وتقديم الجوائز للمتفوقين منهم • كما يجب تنمية الروابط مع الجماعات المهنية المختلفه بدعوتها لحضور هذه الحفلات وغيرهــا من المناسبات الملائمــه لتشجيع هذه الجماعات على تهيئه فرص العمل المناسبة للخريجين الجــدد •

٦ ـ ربط الجامعة بالمجتمع المحلى :

ينبغى أن تشجع الجامعه البحوث والأنشطه التى تهدف الى خدمة المجتمع المحلى ، وأن تنظم العــلاقات العــامة بالجامعات الأحــداث الخاصة (*) التى تهدف الى ننشيط الاتصال بالجمهور العام ، وتأكيد دور الجامعة فى خدمة المجتمع من خلال الأيام والأسابيع الخاصة كأسبوع المرور أو أسبوع النظافة أو غيرها من المناسبات التى تنشر الوعى بين أفراد المجتمع المحلى ، أو تثير اهتمامه باحدى القضايا العامة [٦] •

٧ ـ توطيد الصلات بوسائل الاعلام :

تقوم ادارة العلاقات العامة فى أى مؤسسة من المؤسسات بتوطيد علاقاتها برجال الاعلام ، وامدادهم بالمعلومات الكاملة التى تساعدهم على توضيح صورة هــذه المؤسسه أمام الرأى العام • والجامعة من المؤسسات العامة التى تهم الرأى العــام وتمس اهتماماته المباشرة • ولذلك ينبغى أن تحرص العلاقات العامة بالجامعات والمعاهد العليا على

(*) الأحداث الخاصــة أو المصنوعة فى العلاقات العــامة الزيارات والمعارض والاحتفالات والمهرجانات ، وكذلك الأيام والأســابيع الخاصــة والاجتماعات والمؤتمرات والمباريات الرياضية والعلمية بالاضافة الى أعياد انشاء المؤسسة وافتتاح المشروعات الجديدة . وتعدلها المؤسسة اعدادا خاصا لتحقيق أهداف محدده .

(٦) على عجوة (دكتور) **الأسس العلمية للعلاقات العامة** ، الطبعة الثانية ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٧٨ ، ص ٢٠٣ .

تنمية الروابط مع رجال الاعــلام الذين لهم صلة أو اهتمام بالتعليم العالى ، وامدادهم باستمرار بكل ما يتعلق بسياسات الجامعة وانجازاتها ، وتوضيح وجهة نظرها فى المشكلات المتعلقة بالطلاب أو البحث العلمى لكسب ثقة الرأى العام وتأييده (٧) •

٨ — توطيد العلاقات بجهات الدعم المختلفة :

أشرنا فى موضوع سابق من هذا البحث الى اعتماد بعض الجامعات على الدعم المــالى الــذى يقدمــه الأفراد أو الهيئات أو الشركات أو الحكومة ، واعتماد البعض الآخر على الموارد المــالية التى تقدمهــا الحكومات وفى جميع الأحوال يلزم أن تساهم العلاقات العامة فى كسب تأييد هذه الجهات للجامعة ولمشروعاتها المستقبلية ، وللدور الذى تقوم به فى خدمة المجتمع حتى يتحقق للجامعة الدعم المــالى الذى يساعدها على أداء رسالتها •

٩ — استقبال الأساتذة الأجانب :

لا شك ان التجربة التى يمر بها الأستاذ الجامعى فى الأسبوع الأول من وصوله الى دولة أخرى للعمل فى احدى جامعاتها هى من الأحداث الهامة التى تظل عالقة بذهنه طوال حياته • حقيقة قد تعقبها أحــداث أخرى مبهجة أو مؤلمة لكنها مع ذلك تظل باقية ومؤثرة وان خفت حــدة تأثيرها أو زادت تبعا لمــا يتلوها • ولذلك كان من الضرورى أن تهتم الجامعات باستقبال الأساتذة الأجانب ، وتدبير أماكن الاقامة المؤقتة لهم ، ومساعدتهم على التكيف مع الظروف الجديدة التى انتقلوا اليها ، ومتابعة مشكلاتهم الناتجة عن هذا الانتقال وخاصــة فيما يتعلق بالمجتمع الذى جاءوا اليه ، وحل هذه المشكلات بالسرعة المناسبة •

---

(٧) ابراهيم امام (دكتور) **فن العلاقات العامة والاعلام** ، الطبعــة الثانية ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٦٨ م •

١٠ — متابعة المعاملات والاجراءات الادارية للأساتذة :

من المؤسف أن تتحول طاقة الأستاذ الجامعى من العطاء العلمى الى متابعة أوراق السفر أو صرف المكافآت أو البدلات أو غيرها من المستحقات أو أن تبدد جهوده بين متابعة المحاضرات والأبحاث والاعداد لاجراءات ادارية معقدة لاعتماد الدرجة التى رقى اليها ، أو الحصول على موافقة للاشتراك فى مؤتمر علمى ، أو غير ذلك من المعوقات التى تصرف الأستاذ الجامعى عن أداء واجبه على الوجه الأكمل •

١١ — السمعة الطيبة :

السمعة الطيبة لأى فرد أو منظمة ليست وليدة اليوم أو الأمس ، وليست انعكاسا لحدث هنا أو هناك ، وانما هى عمل مخطط ومنظم ومستمر • والعلاقات العامة وهى تسعى الى تحقيق السمعة الطيبة تعتمد على التأثير المتراكم Cumulative Effect للأنشطة والبرامج التى تنفذها لتحقيق أهداف بعيدة ومتوسطة وقصيرة • واذا كان من اليسير تقويم الأنشطة الانتاجية للسلع والخدمات الملموسة أو المنظورة Tangible فليس ذلك حال أنشطة العلاقات العامة التى تسير فى مجال غير منظور Intangible هو مجال الآراء والاتجاهات والمعنويات بصفة عامة (٨) •

وهذا يوضح صعوبة تحقيق هذا الهدف الذى يعتمد بصفة أساسية على تضافر الجهود المختلفة داخل الجامعة لاقامة أسس البناء الجامعى على دعائم ثابتة داخليا ، والانطلاق بعد ذلك الى المجتمع الخارجى من خلال الاتصال المباشر بصوره المختلفة ، والاتصال غير المباشر عن طريق الوسائل الجماهيرية لتكوين صورة الجامعة فى أذهان الجماهير •

والذى لا شك فيه أن تحقيق الأهداف العشرة السابقة يساهم فى

---

(٨) على عجوة (دكتور) : المرجع السابق ص ٢٠٩ •

تكوين السمعة الطيبة ، بالاضافة الى ما تحققه الجامعة من انجازات علمية تخدم المجتمع وتحقق له التقدم والرقى • وتنعكس آثار هـذه السمعة مرة ثانية على سـير العملية التعليمية ، فالسمعة الطيبة هى التى تجعل الطالب أو الأستاذ يفضل جامعـة على أخرى ، والموارد المـالية التى تساعد الجامعة على أداء رسالتها سوف تتدفق من مصادر الدعم المختلفة استنادا الى هـذه السمعة •

المبحث الثانى

جماهير العلاقات العامة فى مؤسسات التعليم العالى

يستخدم اصطلاح الجمهور فى العلاقات العامة ليشـير الى أى جماعة مكونة من فردين أو أكثر تربطهم مصلحة أو أهداف مشتركة • ويتأثر هـذا الجمهور ببعض المنظمات القائمـة ويؤثر فيها فى نفس الوقت ، أى ان وظيفة التأثير ثنائية بين الجمهـور والمنظمة • والفرد الواحد ينتسب الى أكثر من جمهور بتعدد الوظائف الاجتماعية التى يمارسها ، ولذلك فان عدد الجماهير لا يمكن حصره برقم معين فهو تقريبا عدد لا نهائى • ومع هـذا فانه من الضرورى فى العلاقات العامة تحديد أهم الجماهير بالنسبة للمنظمة وأكثر الوسائل فاعلية فى الاتصال بهذه الجمـاهير (٩) •

ونتناول فيما يلى جماهير العلاقات العامة فى الجامعات والمعاهد العليا موضحين أهمية كل من هـذه الجماهير فى تكوين السمعة الطيبة للجـامعة •

أولا — جمهـور الطلاب :

يعتبر جمهور الطلاب من أهم الجماهير التى يجب أن تهتم بهـا

---

(٩) المرجع السـابق ص ١٢١ •

العلاقات العــامة فى التعليم العالى • فاتجاهات الطلاب تنعكس على الاتجاهات العامة للمواطنين بحكم تمثيلهم لجميع فئات المجتمع ، فمنهم من يأتى من الريف ومنهم من يأتى من الحضر ، أو من الحقــول ومن المصانع • ومن الطبيعى أن يكون هؤلاء مرآة الجامعة فى البيئة التى حضروا منها ، فاذا كانت تجربتهم مريرة فسوف يظهرون ذلك أيضــا بين مواطنيهم •

ولذلك ينبغى أن تقوم الجامعة ببث الغيرة والمسئولية بين طلابها ليكونوا خير سفراء لها فى أى مكان يذهبون اليه • ولكى يتحقق ذلك الهدف ينبغى حث الطلاب على المشاركة فى البرامج التى تستهدف بث الغيرة والمسئولية فى طلاب الجامعة سواء كانت هذه البرامج فى اطار النشاط الرياضى أو الفنى أو الاجتماعى بصوره المختلفة • ومن الضرورى أن يشارك فى تحقيق هــذا الهدف قادة الطلبة ، وأعضاء هيئة التدريس ، وادارة الجــامعة •

ومن أهم وسائل هذه المشاركة أن يكون للطلاب صوت فى معظم المجالس الجامعية • وقد بدأ هــذا الاتجاه ينتشر فى الجامعات الأمريكية فى أواخر الستينات • وقد اقترحت الرابطة القومية لجامعات الولايات والمعاهد العليا الأمريكية فى عام ١٩٧٠ م ، أن تتاح الفرصة للمشــاركة الطلابيــة فى اقرار سياسة الجامعة والقرارات الخاصة بالمناهج كوسيلة فعالة لتخفيف حدة حركات الرفض الطلابيــة (١٠) •

ثانيا — الادارة وأعضاء هيئة التدريس :

يعتبر عمداء الكليات وأعضاء هيئة التدريس من أهم مصادر الأخبار بالجامعة • ومن الضرورى أن يعمل أعضاء هيئة التدريس بأى كلية كفريق متكامل كمنطلق لأى برنامج ناجح للعلاقات العامة • ومن الطبيعى أن

---

(10) Cutlip and Center : op. cit., p. 599.

يكون عميد الكلية أو رئيس الجامعة بحكم منصبه ومكانته قائدا لهـذا الفريق ، ومن ثم فان الشخصية القوية لكل منهما ضرورية لاضفاء الهيبة على ذلك القائد ، وكسب ثقة الجمهور فيـه • كما أن حساسية هـذا العميد أو رئيس الجامعة وادراكه لأهمية العلاقات العامة يساهم بلا شك فى تنمية الاهتمام بها على المستوى العام للجامعة •

وقد أصبح من المألوف الآن أن يؤخذ فى الاعتبار عند ترشيح رئيس الجامعة قدرات المرشحين فى مجال الاتصال والتفاهم مع الآخرين أى فى مجال العلاقات العامة • وأصبح تعريف ادارة الجامعة المنبثق عن رؤساء جامعات الولايات المتحدة الأمريكية فى عام ١٩٦٩ م ، يعنى الاتصال بين مختلف الجماعات التى لها صلة بالعملية التعليمية داخل الجامعة • ولم يكن غريبا بعد ذلك أن تكون الجامعات التى تحقق قدرا كبيرا من النجاح فى التغلب على المشكلات المتعلقة بادارة الجامعة هى تلك التى تستطيع أن تبقى قنوات الاتصال مفتوحة بين مختلف الجماعات التى لها صلة بالعملية التعليمية (١١) •

كما ان عضو هيئة التدريس يلعب دورا هاما فى تكوين الصـورة الطيبة عن الجامعة من خـلال المجهود العلمى الذى يبذله ، والنصائح والتوجيهات التى يقدمها لطلابه ، والبحوث التى ينجزها وكل ما تجـود به مواهبه فى سبيل الخدمة العـامة • كمـا أن العاملين على مختلف المستويات الادارية بالجامعة يساهمون فى تكوين هذه الصورة من خلال الأداء الحسن الذى يتسم بروح الود والصداقة •

ولكى يتحقق هـذ الأداء الحسن ينبغى أن تتوافر لدى أعضـاء هيئة التدريس والعاملين على مختلف المستويات الادارية معلومات كافية عن سياسات الجامعة وبرامجها ومشكلاتها • وهذا يتطلب ضمان تدفق المعلومات على المستوى الداخلى بشكل مستمر •

---

(١١) المرجع السابق ص ٥٨٩ •

ثالثا ـ المجتمع المحلى :

من الضرورى أن يتضمن برنامج العلاقات العامة بالجامعة اهتماما خاصا بالجماهير الخارجية التى ينبغى الاتصال بها ، والتأثير فيها لكسب ثقتها . والتعرف على مشاكلها والمساهمة فى تحقيق الرخاء والرفاهية لها ومن ناحية أخرى فان الجماهير التى تكون المجتمع المحلى يمكن ان تمد يد العون للجامعة اذا اتيح للمواطنين أن يعبروا عن آرائهم فى سياسات الجامعة التى تؤثر بشكل مباشر عليهم .

رابعا ـ أولياء الأمـور :

ويمثل أولياء أمـور الطلاب نواة طبيعية لتأييد الجامعة . ولذلك يكون الاتصال بهم مثمرا اذا حصلوا على معلومات كاملة عن انجازات الجامعة وسياساتها ومشروعاتها المستقبلية . وكذلك أن تحسن الجامعة الاستماع الى آراء أولياء الأمـور ، وتناقشها بهدف الاستفادة منها عند تخطيط السياسات الجديدة أو تعديل السياسات القائمة . وينبغى أن تكون هناك بعض الأنشطة الترفيهية التى يشترك فيها أولياء الأمور مع الطلاب والأساتذة والاداريين فى بعض المناسبات والاحتفالات التى تقيمها الجامعة ومن بينها بالطبع احتفالات التخرج .

خامسا ـ الخريجين :

تقيم معظم الكليات جمعيات للخريجين يكون هدفها الأساسى تنمية الولاء والشعور بالانتماء للكلية والجامعة التى تخرجوا منها . ويعتبر جمهور الخريجين أهم الجماهير الخارجية للجامعة بما يمكن أن يقدمه لها من ذكر حسن فى كل مكان . كما ان للخريجين دورا فعالا فى زيادة الدعم والتأييد للجامعة اذا كانت معلوماتهم عنها متجددة باستمرار . ومن أجل هذا تحرص الجامعات الأمريكية على ضمان تدفق الاتصال مع جمهور الخريجين وترسل اليهم المجلات الخاصـة بهم بانتظام .

وقد ظهرت أهمية الاتصال بهذا الجمهور بشكل واضح فى الأزمات والاضطرابات التى وقعت فى الجامعات الأمريكية (فى أواخر الستينات . فقد كان من الضرورى أن يقف الخريجون على حقيقة ما حـدث فى جامعاتهم . وهذا ما فعلته جامعة كورنيل Cornell University حينما بعثت بمائة وخمسة عشر ألف نسخة من صحيفتها الى خريجيها والى الشخصيات ذات الأهمية الخاصة بالنسبة لها [١٢] .

ومن المفيد أن تقوم ادارة العلاقات العامة بالجامعة بالتعاون مع الخريجين باصدار مجلة للخريجين تكون وسيلة للاتصال بين الجـامعة وخريجيها ، واذا كانت الموارد المـالية لا تسمح بذلك فينبغى أن يخصص ركن ثابت فى صحيفة الجامعة للخريجين وتكون الفائدة فى هذه الحالة مزدوجة حيث تتحقق الرابطة بين طلاب الأمس وطلاب اليوم .

سادسـا — رجال الاعـلام :

تبرز أهمية رجال الاعـلام بالنسبة لكافـة المنظمات والمؤسسات الخاصة والعامة وكذلك بالنسة للشحصيات العامة للدور الذى تقـوم به وسائل الاعلام فى تكوين الرأى العام وتشكيل الاتجاهات نحـو فرد معين أو مؤسسة معينة . ولـما كانت الجامعات والمعاهد العليا من أهم المؤسسات العامة التى تشغل الرأى العام فمن الضرورى تنمية العلاقات مع رجال الاعلام ، وتوطيد الصلات المستمرة بهم . وامدادهم بالمعلومات الصحيحة ، والاجابة على أسئلتهم واستفساراتهم بالنسبة للموضوعات المختلفة ، ودعوتهم لحضـور الاحتفالات ، والمؤتمرات ، والندوات ، والمحاضرات العـامة ، وكافة الأنشطة التى تمارسها العلاقات العامة فى الجامعة ، وكذلك عند افتتاح منشآت جديدة أو تنفيذ مشروعات تتعلق بخدمة المجتمع المحلى .

---

(١٢) نفس المرجع السابق ص ٦٠٣ .

سابعا — الجماعات المهنية والشركات والهيئات الحكومية :

تهتم كل جماعة مهنية بالتطور الذى يحدث فى الجامعة فى نطاق تخصصها سواء كان ذلك من حيث المناهج ، أو البحوث ، أو حجم الخريجين المرتقب . ومستواهم العلمى • وتنعكس الصورة الطيبة للجامعة على هذه الجماعات فيصبح التعاون ممكنا بين الطرفين فى مجال تدريب الطلاب وتشغيل الخريجين • هـذا بالاضافة الى التطبيق العلمى للبحوث التى تجريها الجامعة فى التخصصات المختلفة حتى لا تظل هذه البحوث حبيسة المكتبات وتضيع الفائدة المتوقعة من اجرائها •

كما أن التعاون مع الشركات والهيئات الحكومية يضمن للجـامعة الدعم المـالى الذى يشكل نسبة كبيرة من موارد الجامعات • بالاضافة الى أن كسب ثقة هـذه الجهات يفتح آفاق العمـل أمـام الخريجين المتخصصين ، ويحقق وضع الخريج المناسب فى المكان المناسب • كمـا تتيح بعض الشركات والهيئات الحكومية فرص التدريب العملى للطلاب • والذى أصبح عنصرا أساسيا فى مواد بعض الأقسام ولا يكتمل بدونه اعداد الطالب اعـدادا صحيحا •

المبحث الثلث

ادارة العلاقات العامة فى مؤسسات التعليم العالى

ينقسم هذا المبحث الى قسمين رئيسيين الأول يتناول مكانة ادارة العلاقات العامة فى الهيكل التنظيمى ، والثانى يدرس تنظيم هذه الادارة :

أولا : مكانة ادارة العلاقات العـامة :

أوضح البحث أن العلاقات العامة فى الجـامعة أو المعهد تأتى فى مقدمة أعمال رئيس الجامعة وعميد الكلية أو عميد المعهد ويشارك فى هذه المسئولية أعضاء هيئة التدريس والاداريون من خلال الأداء الطيب وتنمية

روح المسئولية بين الطلاب .. كما ان الطلاب أنفسهم وهم الهدف من العملية التعليمية ، وكذلك الخريجين يمارسون دورا كبيرا فى دعم الانتماء للجامعة ، والولاء لها ، ويكتمل هذا النسيج الاجتماعى بوجــود ادارة متخصصة للعلاقات العـــامة تضم المهارات والكفاءات المتنوعة لتحقيق عمليات الاتصال المزدوج بين ادارة الجامعة وجماهيرها النوعية التى أشرنا اليها ، مستخدمة فى ذلك الأساليب العلمية فى انتاج المواد الاعلامية ، واجراء البحوث التى تستهدف التعرف على آراء الجماهير واتجاهاتها . وتقوم هذه الادارة أيضا بتخطيط وتنفيذ الأنشطة الرامية لكسب رضا الجماهير وتفاهمها (١٣) .

وقد أصبح من المتعارف عليه علميا بين خبراء العلاقات العامـــة واعلامها البارزين ان يرأس ادارة العلاقات العامة شخص يتمتع بسلطات واسعة يحمل لقب نائب الرئيس للعلاقات العامة (١٤) ولا يخفى ان مثل هذا المنصب يرفع ادارة العلاقات العامة الى أعلى المستويات الادارية فتتحقق لها صلاحيات أكبر ، وسلطات أقوى لتوجيه الادارات الفرعية واضفاء لمســات العلاقات العامة على أنشطتها (١٥) .

ومن الضرورى أن يكون الإقتناع بأهمية العلاقات العامة وفهم وظائفها ومجالاتها ، من أهم المقومات الأساسية لمن يشغل مسئولية هذا المنصب . فلا يكفى ان تتبع ادارة العلاقات العامة أعلى المستويات الادارية بغض النظر عن اقتناع هــذا المسئول أو عدم اقتناعه بأهمية العلاقات

---

(13) Hammond George : **Public Relations Counseling.** (in Stephenson. Howard (Editor) : **Handbook of Puplic Relations.)** McGraw-Hill Book Company Inc.. New York 1960.

(14) Prout Charles H.. **How to Organize and Run A Corparate Public Relations Department. Public** Relations Journal. February 1962. p. 22.

(15) Robinson, Edward : **Communication and Public Relations.** Charles E. **Meril Books Inc.,**

العامة • فقد اثبتت دراســه ميدانية أجريت فى مصر أنه رغم تبعية ادارة العلاقات العامة لأعلى المستويات الادارية الا أن مفهومها ووظائفها ومجالات نشاطها تتعرض لخلط واضح ، ولا تخضع لدرجــة كافية من التنظيم ولا تتوافر لها الامكانات المــادية والبشرية والفنية (١٦) •

وتنبع أهمية رفع مكانة ادارة العلاقات العامة فى أى مؤسسة من المؤسسات من ثلاث اعتبارات :

أولها — انها الادارة المتخصصة فى الاتصال والمسئولة عن مساعدة الادارات الأخرى على التعامل المتسم بروح الود والألفة مع الجماهير التى تتعامل معها •

وثانيها — ان ادارة العلاقات العامة لا يقف دورها عند المساعدة فقط ولكنه يمتد أيضا الى مراقبة الادارات الأخرى ، حتى لا يحدث ما يتناقض مع أنشطة العلاقات العامة أو يقلل من فعاليتها •

وثالثها — ان تقارير ادارة العلاقات العامة حول علاقات المؤسسة بجماهيرها النوعية واتجاهاتها لابد أن تؤخــذ فى الاعتبار عند وضــع السياسات أو تعديلها بما يتفق وتحقيق التوازن بين مصلحة المؤسسة ومصالح الجماهير التى تتعامل معها (١٧) •

ثانيا : تنظيم ادارة العلاقات العــامة :

لا يوجد تنظيم نمطى ثابت لادارة العلاقات العامة فى المؤسسات العامة أو الخاصة • فهناك عوامل متعددة تتعلق بحجم المؤسسة وطبيعة أنشطتها وأهدافها والجماهير التى تسعى الى كسب تأييدها •• ولكن

---

(١٦) سمير محمد حسين (دكتور) : **ادارة العلاقات العامة فى مصر ، دراسة ميدانية** ، القاهرة ، مؤسسة دار الشعب ١٩٧٥ ص ٢١ وما بعدها .

(١٧) محمد محمد البادى (دكتور) **البنيان الاجتماعى للعلاقات العامة** ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ١٩٧٧ • ص ٩ .

ينبغى التأكيد على جودة التنظيم لتحقيق الاستفادة الكاملة من الأفراد والموارد المتاحة لادارة العلاقات العامة ..

ومن الضرورى أن تتحقق المرونة الكاملة فى التنظيم بحيث يسمح باستخدام الأفراد الذين لا يعملون فى وقت معين فى قسم آخر غير الذى يعملون فيه ، حتى لا يزدحم أحد الأقسام بالعمل فى حين يغط قسم آخر فى سبات عميق [(١٨)] .

وعلى الرغم من أن أسلوب تنظيم ادارة العلاقات العامة يختلف من مؤسسة الى أخرى للأسباب التى أشرنا اليها ، فان التشابه الكبير بين طبيعة مؤسسات التعليم العالى يجعلنا نقترح نموذجا عاما لما ينبغى أن يكون عليه تنظيم أدارة العلاقات العامة فى الجامعات .. ويضم هذا النموذج ستة أقسام رئيسية هى . قسم الخدمات الاعلامية ، وقسم المطبوعات الجامعية ، وقسم النشاط الداخلى ، وقسم الاستقبالات ، وقسم الاتصال بالمجتمع المحلى ، وقسم الشئون الادارية والمالية .. ويمكن أن يندمج بعض هذه الأقسام أو يتجزأ البعض الآخر ، كما يمكن أن يزيد عدد الأفراد العاملين بكل قسم منها أو يقل حسب حجم الجامعة ، وامكاناتها المالية ، وتنوع التخصصات بها ، وكذلك ظروف المجتمع الذى تخدمه ، ولكن الأساس الذى يستند اليه النموذج هو تكامل الوظائف الأساسية التى تحقق أهداف العلاقات العامة فى التعليم العالى ، ومن ثم يتحتم أداء هذه الوظائف بغض النظر عن حجم الادارة أو اسلوب تنظيمها .

وتتضح هذه الوظائف من تحليلنا لمهام هذه الأقسام التى يتضمنها النموذج المقترح .

---

(18) Black, Sam : **Pratical Public Relations** Forth Edition, Sir Isaac Pitman and Sons Ltd, London 1976, p. 24.

١ ــ قسم الخدمات الاعلامية :

ينبغى أن تضم ادارة العلاقات العـــامة بالجامعة قسما للخدمات الاعلامية تكون مسئوليته الأولى اعلام جماهير الجامعة الداخلية والخارجية بما يجرى داخل الكليات والادارات المختلفة • ويقوم هذا القسم بجمع الأخبار وتوزيعها على وسائل الاعـــلام الداخلية والخارجيـــة • ومن الضرورى ان يكون للجامعة صحيفتها الأسبوعية أو النصف شهرية على أكثر تقدير • وبعض الجامعات تصدر صحيفة يومية كما هو الحـــال فى جامعة ولاية ميتشجان Michigan State University التى تملك أيضا محطة اذاعية يرجع تاريخها الى نشـــأة الاذاعة حيث بدأت ارسالها فى عام ١٩٢٢ م ، بالاضافة الى محطة تليفزيون يتم تمويلها من التبرعات ، ولا يسمح فيها بالاعلانات التجارية التى تعتمد عليها محطات التليفزيون الأمريكية (١٩) •

٢ ــ قسم المطبوعات الجامعية :

ويضم هذا القسم محررين ومصممين لاعداد الكتيبات ، والنشرات ، والكتب ، والدليل العلمى ، وغـــير ذلك من المطبوعات ، وتلحق بهـــذا القسم أيضا شعبة للمعلومات يشرف عليها أخصائى متمرس فى عملية الحفظ والتوثيق •

٣ ــ قسم النشاط الداخلى :

ويختص هـــذا القسم بالاعداد للحفلات والاشراف عليها ، وتنظيم الندوات ، والمحاضرات العامة ، والمعارض الفنيـــة والعلمية ، ويقـــوم هـــذا القســم أيضا بتنظيم الرحـــلات والمسابقات الرياضية الثقافية ، وغير ذلك من الأنشطة التى تهدف الى الترفيه عن العاملين ورفع الروح المعنوية بينهم •

---

(١٩) على عجـــوة (دكتور) : المرجع السابق ص ٣٧ •

٤ — قسم الاستقبالات :

يجب أن تخصص الادارة قسما للاستقبالات يتولى استقبال الوفود الزائرة والأساتذة القادمين من خارج البلاد . ويسهر على راحتهم وتذليل العقبات التى تواجههم .. وتبرز أهمية هـذا القسم فى الجامعات التى تعتمد اعتمادا كبيرا على الأساتذة الأجانب .. وفى هذه الحالة يحتاج قسم الاستقبالات فى أول العام الجامعى الى دعم اضافى فى الأفراد الذين يقومون بهذه المهمة ويمكن ان يساعد فى ذلك أفراد قسم النشاط الداخلى بالاضافة الى ممثلين عن كليات الجامعة .

٥ — قسم الاتصال بالمجتمع المحلى :

وهو من الأقسام الجديدة التى ألحقت بادارات العلاقات العامة فى النصف الثانى من هـذا القرن [٢٠] وتنبع فكرة هذا القسم من فلسفة مؤداها ان آثار أنشطة الفرد أو المنظمة تتعدى حدود المجتمع الذى يتعامل معـه مباشرة الى المجتمع الكبير ، ومن ثم فانه لابد أن يكون لسلوك هـذا الفرد أو المنظمة مغزى اجتماعيا [٢١] .

ولكى يتحقق هـذا المغزى الاجتماعى لابد أن يكون بين أفراد ادارة العلاقات العـامة بالجامعة من يستطيع توجيـه النصح لادارة الجامعة فيما يتعلق بالتعامل مـع المجتمع المحلى ، وامداده بالمعلومات الكافية عن مشروعات الجامعة فى هذا السبيل ، من خلال وسائل الاعلام الخارجيـة [٢٢] .

---

(20) Lesly, Philip : **Public Relations Handbook.** Prentice-hall Inc., Englewood Cliffs N. J. 1971 pp. 21-25.

(21) Simon Raymond : **Perspectives in Public Relations.** University of Oklahoma Press. Norman, Oklahona 1966, p. 54.

(٢٢) حديث مع روبرت برن Robert Perrin نائب رئيس جامعة ولاية ميتشجان للعلاقات الجامعية والفيدرالية فى ١٨ يونيو ١٩٧٦ بمكتبه فى الجامعة .

٦ ـ قسم الشئون الادارية والمـالية :

ولكى تؤدى أقسام العلاقات العامة وظائفها على أكمل وجه تخصص معظم الادارات قسـما مستقلا للشئون الادارية والمـالية ، تكـون مسئوليته الأساسية امداد الأقسام الفنية بالمعدات والأدوات التى يتطلبها العمل الفنى (٢٣) ٠

أما وظيفة البحوث التى ينبغى أن يخصص لها قسم قائم بذاته ، فقد درجت معظم الجامعات على اسنادها الى أحد أقسام الجامعة التى تعمل فى نطاق البحوث النفسية أو الاجتماعية أو بحوث الاعلام (٢٤) ٠

وينبغى أن تشكل لجنة لاقتراح البحوث واجرائها ، ويكون من بين أعضائها مدير العلاقات العامة ، وتتبع نائب رئيس الجامعة للعلاقات العـامة ٠

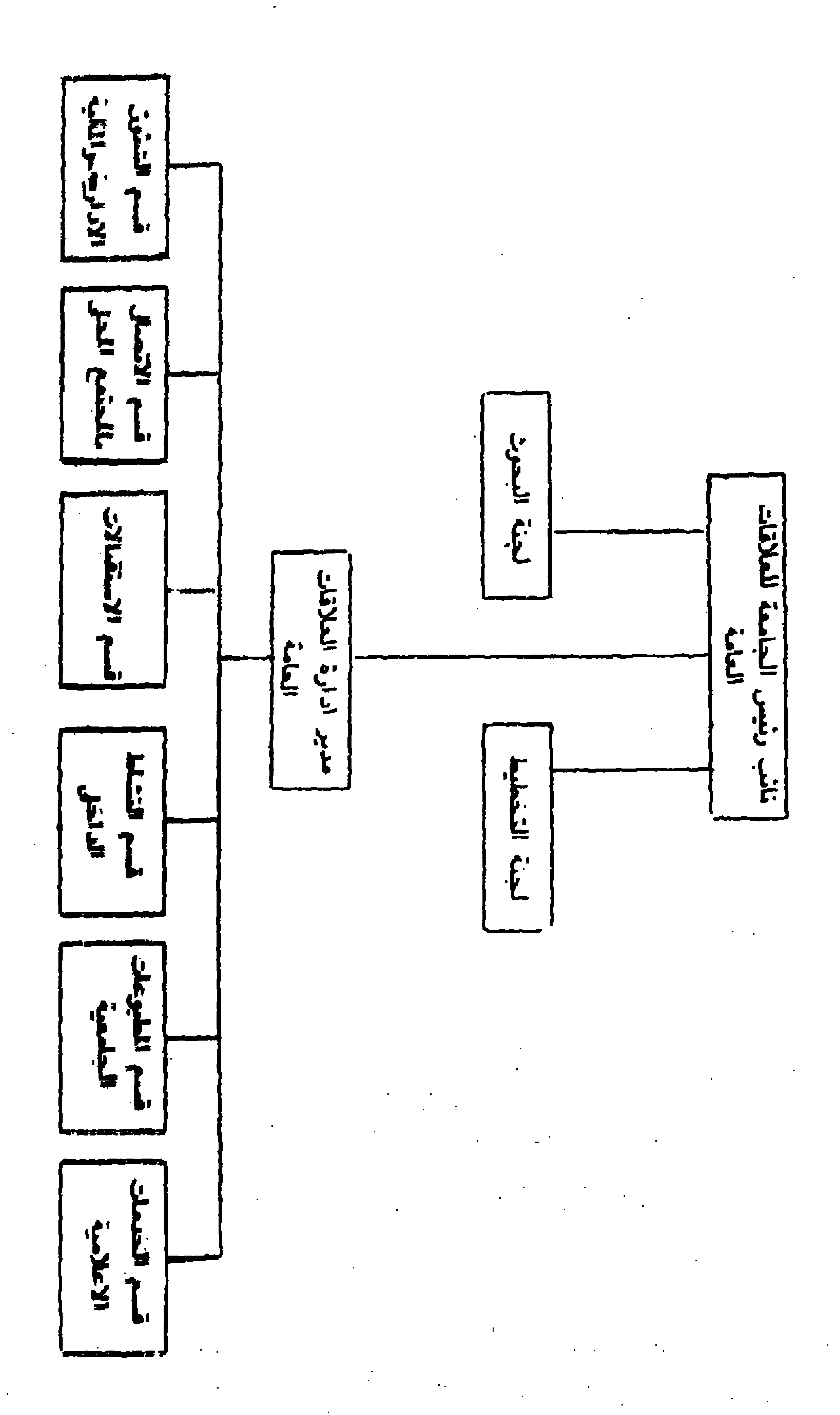
وأما عن عملية التخطيط وهى أساس العمل العلمى فينبغى أن تقوم بها لجنة يرأسها نائب رئيس الجامعة للعلاقات العامة وتضم ثلاثة على الأكثر من أساتذة الجامعـة الذين لهم صلة بالدراسـات السلوكيـة والاجتماعية والاعلامية ، بالاضافة الى مدير العلاقات العامة التنفيذى الذى يدير الادارة تحت اشراف نائب رئيس الجامعة للعلاقات العامة ٠ ويقوم بعملية التنسيق بين أقسـام الادارة المدير التنفيذى مستعينا برؤسـاء الأقسـام ٠

بقيت كلمة أخيرة عن الجامعات التى لا تتركز كلياتها فى مدينـة واحدة فيقترح الباحث أن تكون الادارة بأقسامها الانتاجية التى تعتمد على آلات وأجهزة مكلفة فى المقر الرئيسى للجـامعة ، بالاضافة الى

---

(٢٣) على عجوة (دكتور) : المرجع السابق ص ٤٣ ٠
(٢٤) المرجع السابق : ص ٣٨ — ٣٩ ٠

الأقسام الأخرى التى تكون النموذج العام المقترح •• ويضاف الى هـذه الأقسام قسم آخر فى مقر فرع الجامعة (أو أكثر حسب عدد الفروع) لمتابعة الأنشطة اليومية فى الفرع •• والمقررة فى خطة العلاقات العامة للجامعة ضمن اطار الأنشطة الداخلية . والاستقبالات . وجمع المعلومات وارسالها الى المقر الرئيسى . وتقديم العون لوسائل الاعلام الجماهيرية فى تغطية أخبار الفرع • ويتلقى هذا القسم المطبوعات التى تطبع فى المقر الرئيسى وكذلك الصحيفة أو المجلة التى تصدر عنه ويقوم بتوزيعها بين الجماهير المعنية •



شكل رقم ١١ : النموذج المقترح لتنظيم ادارة العلاقات العامة

خاتمـــــة

لقد وضح بمالا يدع مجالا للشـــك أن العلاقات العامة فى مؤسسات التعليم العالى نتزايد أهميتها يوما بعد يوم نتيجة للمشكلات التى تواجه المجتمع الجامعى ، والتى أشرنا الى أكثرها شيوعا فى النصف الثانى من القرن العشرين •• وقد حددنا أهــداف العلاقات العــامة فى مؤسسات التعليم العالى فى ضوء المفهوم العلمى لهذه الوظيفة ، واستنادا الى تحليلنا للمشكلات التى تواجه التعليم الجامعى •

كمــا تناول البحث بالدراســـة والتحليل الجماهير المؤثرة والمتأثرة بنشاط العلاقات العامة فى المجتمع الجامعى ، فأوضح دور الطلاب ، والادارة ••• ، والأساتذة ، والخريجين فى تعميق الاتصــال بأولياء الأمور والمجتمع المحلى ، ورجال الاعلام ، والجماعات المهنية والشركات والهيئات الحكومية لرسم صورة طيبة للجامعة فى أذهان الجماهير •

ولمــا كانت ممارسة هذه المهنة تحتاج الى سلطات قوية وصلاحيات واسعة ، وتتناول مجالات متعددة ومتنوعة ، فقد كان من الضرورى أن نتعرف على وضــع ادارة العلاقات العامة فى الهيكل التنظيمى لمؤسسات التعليم العــالى •

وقد أثبت هــذا البحث ضرورة رفع ادارة العلاقات العامة الى أعلى المستويات الادارية بالاضافة الى أهمية اختيار المسئول الأول فيها من بين المتفهمين لطبيعة هــذه الوظيفة ودورهــا المتميز فى مؤسسات التعليم العــالى •

وقد أضاف البحث الى ما تقــدم نموذجا لتنظيم ادارة العلاقات العامة فى مؤسسات التعليم العالى ، آخذا فى الاعتبار طبيعة هــذا المرفق والجماهير المتأثرة بنشاطه •• ولقد تحققت فى هــذا النموذج

المقترح المرونه الكـــامله التى تسمح بدمج بعض الأقســـام أو تجزئة البعض الآخر بما يتفق وحجم الجامعة ، وامكاناتها المـــالية ، وتنوع التخصصات بها ، بالاضافة الى ظروف المجتمع الذى تخدمه •

وختاما لهذا البحث •• يرى الباحث ضرورة أن يقوم رئيس الجامعة بعقد مؤتمرين سنويا للأساتذة ، ومثلهما للطلاب ، يكون أولهما فى الربع الأول من العام الدراسى ، والثانى فى الربع الأخير منه ، بهدف التعرف على مشكلات الأساتذة والطلاب ، والاستماع الى الاقتراحات البناءة وتحديد سياسة الجامعة بما يتفق واتجاهات الجماهير المعنية •

كما يرى الباحث أن يقوم عميد الكلية أو المعهد بنفس العمل فى الكلية أو المعهد الذى يرأسه فى موعد سابق على مؤتمر رئيس الجامعة •

وأخيرا •• يؤكد الباحث ضرورة أن يقوم كل استاذ فى نهاية الفصل الدراسى بالتعرف على اتجاهات الطـــلاب نحو المـــادة التى يقـــوم بتدريسها ، وطريقة تقديم المـــادة ، وأسلوب الاختبار فيها ، وان يدرس ملاحظاتهم بعناية تنعكس على أدائه فى الفصل الدراسى التالى •

ومما لا شك فيه ان هذه التوصيات الثلاث اذا تحققت على النحو الأمثل فسوف تدعم دور العلاقات العامة فى مؤسسات التعليم العالى •

كما أنها ستحقق التفاهم المشترك بين الادارة والطلاب وأعضاء هيئة التدريس •• وســـوف تضمن المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال لتحقيق أهـــداف التعليم العالى ، وتأكيد دوره الايجـــابى فى خدمة المجتمع •

مراجع البحث

اولا : كتب عربية ومعربة :

ابراهيم امام (دكتور) : **فن العلاقات العامة والاعـلام** ، الطبعة الثانية ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٦٨ .

سمير محمد حسين (دكتور) : **ادارة العلاقات العامة فى مصر ، دراسة ميدانية** ، القاهرة ، مؤسسة دار الشعب ١٩٧٥ .

شرام ، ويلبور : **اجهزة الاعلام والتنمية الوطنية ، دور الاعلام فى البلدان النامية** ، ترجمة محمد فتحى ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر ١٩٧٠ .

على عجوة (دكتور) : **الأسس العلمية للعلاقات العامة** ، الطبعة الثانية ، القاهرة ، عالم الكتب ١٩٧٨ .

محمد محمد البادى (دكتور) : **البنيان الاجتماعى للعلاقات العامة** ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ١٩٧٧ .

ثانيا : كتب اجنبية :

Black, Sam : **Pratical Public Relations.** Forth edition Sir Issac Pitman and Sons LTD London 1976.

Cutlip, Scott, and Center, Allen : **Effective Public Relations.** Forth edition, prentice Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey 1971.

Griswold, Glenn and Griswold, Denny : **Your Public Relations.** Magazines of Industry Ins., New York 1948.

Hammond, George : **Public Relations Counseling** (In Stephenson, Howard (edition) : **Handbook of public relatios.** McGraw-Hill book company inc. New York 1960.

Lesly, Philip : **Public Relations Handbook** Prentic hall Inc., Englewood cliffs N. J. 1971.

Marston, Jhon : **The Nature of Public Relations** McGraw-Hill book company, inc. New York. 1963.

Prout, Charles H. : **How to Organize and Run a Corporate Public Relations Departement.** Public relations Journal, February, 1962.

Robinson, Edward : **Communication and Public Relations.** Charles E. Merril books inc., Colombus, Ohio, 1966.

Simon, Raymond : **Perspectives in Public Relations.** University of Oklahoman press, Norma Oklahoma 1966.

الدراسة الرابعة

العلاقات العامة وقضايا الشباب فى مصر

مقدمـــــة :

استطاع الانســـان أن يطور حياته الاجتماعية البدائية الى حياة حضارية مرنة من خـــلال كفاحه المرير مع البيئة الطبيعية والوســـط الاجتماعى • وانتقل خلال ذلك الكفاح من عصـــور تتسم بالبطء الشديد الذى يكاد يشبه الجمـــود ، الى عصـــور تميز فيها ســـلوك الانسان بالتنوع والتغير ، حتى وصل الى هذه المرحلة التى تشهد فى كل يوم تغيرات سريعة متلاحقة •

ولقد بدا المجتمع فى بداية هـــذا العصر ، ونتيجة للتغيرات السريعة التى حدثت فى بعض المجتمعات أشبه بالعالم المفقود ، حيث كان الناس كالغرباء أو الضائعين فى بيئة غامضـــة تكتنفها الصعاب ، ولا تعترف الا بالمقاييس المـــادية النفعية والمصالح الانانية وقد أدركت هذه المجتمعات أهميـــة العلاقات العـــامة فى توثيق أواصر المـــودة والثقة بين عناصر المجتمع ، وتنمية الاحســـاس بالمسئولية ، واعادة الضمير الانســـانى الى النشاط الاجتماعى ، بحيث يمكن القول ان العالم المفقـــود قد رد مرة أخرى أو ان المجتمع على أقل تقدير قد عاد الى صوابه (١) •

ولم يكن ادراك هـــذه المجتمعات لدور العلاقات العامة فى تحقيق التوافق والانسجام بين أفراد المجتمع وهيئاته ومؤسساته المختلفة من الأمـــور اليســـيرة •

فقد شهدت هـــذه المجتمعات انقسامات حادة ، وصراعات مريرة حتى وصلت الى مرحلة اليقين الكامل بأن تنهض مؤسساتها ومنظماتها المختلفة بمسئوليتها الاجتماعية فى ظل الأوضـــاع الجديدة والمتغيرة ، لبنـــاء علاقات سليمة مـــع جمـــاهيرها ، ولتحقيق التكيف بين قطاعات المجتمع المختلفة (٢) •

وقد شهـد المجتمع المصرى بعـد سنوات قليلة من بدء سياسة الانفتاح الاقتصادى حالة الفقدان التى مرت بها بعض المجتمعات خلال اندفاعها الى المرحلة المـادية الانانية •

فضعفت الروابط الاجتماعية ، وتضاءل الاحساس بالانتماء الى مجتمع متكامل ، خاصة بين أولئك الذين أغرتهم المكاسب المادية ، وأفقدتهم الشعور الوطنى فاندفعوا لتحقيق الأرباح غير المشروعة متجاهلين مصالح الجماهير وملحقين بها أبلغ الأضرار •

وظهرت نتيجـة لذلك الطبقة الرأسمالية الجديدة فى صورة أبشـع وأكثر ضراوة من تلك الطبقة التى كان يشار اليها بمجتمع النصف فى المـائة قبل ثورة ٢٣ يوليو سنة ١٩٥٢ • واستطاعت هـذه الطبقة مع من لحق بها من بقايا الطبقة السابقة أن تزرع احساسا بطغيان المـادة على كل شىء ، وهـو ما جعل البعض يلهث وراء جمع المـال من أسهل الطرق وأبسط المشروعات التى لا تعود على الوطن بأى نفع حقيقى •

ولقد تبين من تحليل الظروف والمتغيرات الاجتماعية فى الاجتمعات الرأسمالية المتقدمة ثم فى المجتمعات النامية ان هناك تماثلا بينهما فى أربعة أمـور أساسية هى :

عدم النمو المـادى السليم للمجتمع ، وعدم النمو المعنوى السليم للفرد ، وعدم التكيف أو التوافق بين المشروعات الصناعية ومجتمعاتها المحلية ، وعدم التجانس بين المصالح الأساسية للمشروعات الصناعية وللعاملين [٣] • وهذا هو ما حدث فى مصر فى أعقاب الأخذ بسياسـة الانفتاح ، وان كان هذا لا يعنى بالضرورة ادانة هـذه السياسة بقدر ما يعنى السعى لترشيدها والتخلص من النتائج السلبية التى صاحبت تطبيقهـا •

تحديد مشكلة البحث :

اذا كانت العلاقات العامة تهدف الى تحقيق التوافق والانسجام بين أفراد المجتمع وهيئاته ومؤسساته المختلفة ، واستعادة التوازن المفقود فى أعقاب التغيرات السريعة والمتلاحقة وصولا الى السلام الاجتماعى ، وتجنب الصراعات والانقسامات الحادة ، فان مسئوليتها أشد خطورة وأكثر أهمية فى معالجة مشكلات الشباب فى أى مجتمع لما تتميز به هذه الشريحة الاجتماعية من قلق وحيرة ازاء القيم المتصارعة فى المجتمع •

وهذا البحث يسعى الى تحديد دور العلاقات العامة فى رأب الصدع الذى أحدثته مرحلة طغيان المادة فى قيم المجتمع المصرى بين قطاع الشباب •

منهج البحث :

يعتمد هذا البحث على الدراسة الوصفية باستخدام المنهج التحليلى ، وينقسم الى مقدمة ومبحثين : أولهما لدراسة المشكلات التى تواجه الشباب فى مصر ، وثانيهما لدراسة دور العلاقات العامة فى مواجهة هذه المشكلات • وتتناول الخاتمة خلاصة البحث وتوصياته العامة •

المبحث الأول

المشكلات التى تواجه الشباب فى مصر

ناقشت المؤتمرات العلمية التى عقدتها أجهزة الشباب فى مصر لمناقشة قضاياه ومشاكله مراحل سن الشباب ، وانتهت فى أحد هذه المؤتمرات الى تحديد مرحلة الشباب فى الفترة السنية من ١٥ — ٢٥ سنة وذلك انسجاما مع المفهوم الدولى لسن الشباب • وقد حددت الهيئة البحثية التى أشرفت على بحث رأى الشباب فى برامج المراكز والأندية

فى مصر الفترة الزمنية لسن الشباب فى المرحلة من ١٥ — ٣٠ سنة باعتبار أن سن الخامسة عشر هو بداية الادراك العقلى لمجريات الأمور ، وأطلقت نهاية المرحلة الى سن الثلاثين على غير ما هو سائد فى معظم الدراسات (٤) .

وقد حدد التعريف الاحصائى الأمريكى هذه المرحلة فيما بين الرابعة عشرة والخامسة والعشرين ، وتمثل الفترة الأولى من هذه المرحلة الالتحاق بالمدرسة الثانوية والرغبة فى اتخاذ قرارات مستقلة ، والتفكير فى نوع العمل ، أو بمعنى آخر التخلص من مرحلة الطفولة . وتشهد الفترة الأخيرة من مرحلة الشباب نهاية المرحلة التعليمية ، وبداية الاستقرار فى العمل ، والتفكير فى الزواج أو ربما حدوثه (٥) .

والرأى عندى أنه طالما أن فترة المراهقة غير محددة بفترة عمرية ثابتة فى مراحل تطور الانسان ، فهى قد تمتد من الثالثة عشرة الى التاسعة عشرة تقريبا أو قبل ذلك بعام أو عامين أو بعد ذلك بعام أو عامين أى بين (١١ — ٢١ سنة) (٦) فانه لا ينبغى تجاهل مرحلة ما قبل الخامسة عشر فى حدود عامين ، ومرحلة ما بعد الخامسة والعشرين فى حدود خمسة عوام .

وتتميز هذه المرحلة من مراحل تطور الانسان بالتغيرات السريعة فى النواحى الجسمية والفكرية والتى تنعكس على سلوك الفرد وحالته النفسية واستعداداته لمواجهة المواقف الاجتماعية المتغيرة . وقد اجريت دراسات عديدة لمعرفة المشكلات التى تواجه الشباب فى هذه المرحلة . وقد صنف حامد زهران هذه المشكلات كالتالى (٧) :

- مشكلات الصحة والنمو .
- المشكلات الانفعالية .
- مشكلات الأسرة .
- مشكلات المدرسة .

- المشكلات الاجتماعية •
- مشكلات المهنة والعمل •
- المشكلات الجنسية •
- مشكلات الدين والأخلاق •

وتختلف هذه المشكلات فى حدتها من شاب الى آخر تبعا للظروف البيئية التى تحيط بكل شاب ، ومدى قيام المؤسسات الاجتماعية بدورها فى التوجيه والارشاد السليم الذى يمكن الشباب من التغلب على مشاكل هذه المرحلة • وتأتى فى مقدمة هذه المؤسسات الوحدة الاجتماعية الأولى الممثلة فى الأسرة ، ثم المدرسة ، فالمؤسسات الدينية ، ومؤسسات رعاية الشباب على اختلاف أنواعها ، ومؤسسات العمل • ويصاحب ذلك كله ويدعمه الدور الذى تقوم به وسائل الاتصال الجماهيرية من خلال المواد والبرامج التى تتناول هذه المشكلات مباشرة أو بشكل غير مباشر •

وقد تناولت دراسات عديدة فى مصر هذه المشكلات سواء على مستوى الهيئات أو الأفراد ، وحددت دور المؤسسات المختلفة فى تناولها وتقديم الحلول المناسبة لها •

ولكن ثمة مشكلات من نوع آخر تتصف بالعمومية والشمول والتغير من عصر الى عصر كانعكاس لظروف المجتمع وأوضاعه فى هذا العصر أو ذلك • وهذه المشكلات هى موضع اهتمام هذا البحث وتركيزه لاقتراح الحلول المناسبة التى ينبغى أن تقوم بها المؤسسات المختلفة وفى مقدمتها وسائل الاتصال الجماهيرية باعتبارها وسائل للعلاقات العامة على المستوى المركزى فى الدول النامية (٨) •

المشكلات الراهنة التى تواجه الشباب فى مصر :

لقد نتج عن الحالة التى أحدثتها مرحلة طغيان المادة فى المجتمع

المصرى فى أعقاب الأخذ بسياسة الانفتاح الاقتصادى عدة مشكلات عامة ألقت بظلالها الكئيبة على شباب مصر ، فى نفس الوقت الذى تؤثر فيه المشكلات الأخرى المعروفة ذات الصلة بطبيعة هذه المرحلة الشبابية . وهو ما يضاعف من أثر هـذه المشكلات بين من تزداد عندهم حـدة المشكلات النمطية التى حددها علم النفس . وفيما يلى محاولة لتوصيف هـذه المشكلات التى تحتاج الى حلول فعالة .

أولا : مشكلة الخلل الاقتصادى فى المجتمع :

مهما اختلفت الأحكام حول سياسـة الانفتاح الاقتصادى فانه لا يمكن انكار بعض الآثار السلبية التى شوهت هذه السياسة فى مجال التطبيق على النحـو التالى :

١ — اتجاه بعض المشروعات نحو السلع الترفيهية أو الاستهلاكية سريعة العائد دون اهتمام بالمشروعات التى تدفع العملية الانتاجية فى الدولة وتسـاعد على تحقيق معدلات النمـو المطلوبة .

٢ — ظهور بعض المهن والدخول الطفيلية التى ارتبطت بهـذه المرحلة وفى مقدمتها الاتجار فى العملة فى السـوق السوداء ، وهـو ما أدى الى اضعاف العملة الوطنية وتناقص قيمتها .

٣ — انحراف بعض المشروعات فى سبيل الكسب السريع ومخالفتها لأبسط المبادىء الانسانية فى تقديم سلع مخالفة للمواصفات وغير صالحة للاستعمال الآدمى كما هو الحال فى صفقات الأغذية الفاسـدة وتزايد ظاهرة الغش التجارى .

٤ — تزايد طبقة التجار الوسطاء مع تزايد الرغبة فى تحقيق الأرباح السريعة أدى الى ارتفاع أسعار السلع بشكل لا تتحمله الدخول العـادية لمعظم فئات المستهلكين .

٥ — مزاحمة هـذه المشروعات للمواطنين فى الاستفادة من أماكن السكن الخاص مما أدى الى تعذر حصـول الشـاب العادى على مسكن مناسب للزواج مع ارتفاع التكاليف المطلوبة •

٦ — مجـاراة لظاهرة الربح السريع التى سيطرت على البعض انتشرت عملية بناء المساكن بهدف البيع وليس الايجار ، ولزيادة الأرباح بطريقة خيالية لجأت هذه الفئة الى النصب على المحتاجين سـواء كان ذلك عن طريق مخالفة المواصفات أو الاستيلاء على الأموال نهائيا أو لفترات محدودة لاستغلالها فى عمليات تجارية •

٧ — تزايد ظاهرة التهرب من دفع الضرائب للدولـة عن طريق التحايل والتزوير ، أو الافسـاد والرشوة ، وفى الوقت الذى تخسر فيه خزانة الدولة مبالغ كبيرة يمكن أن تستخدم فى التنمية تتزايد الدخول غير المشروعة لمن يقدمون تسهيلات كبيرة للمنحرفين والمتهربين •

ثانيا : مشكلة الخلل الاجتمـاعى :

١ — تراجعت قيمـة المناصب القيادية فى المجتمع وتقدمت عليها القوى التى تستحـوز على الأموال وتتحكم فيها ، وأصبح من السهل على هذه القوى فى بعض الأحيان شراء بعض الذمم مما أثر على العدالة التى ينبغى أن يحرص على نشرها أصحاب المناصب القيادية ممن ائتمنوا على رعاية العدالة بين الأفراد •

٢ — تراجعت قيمة المثقفين وقادة الفكر فى المجتمع أمام طغيـان العناصر ذات المقـدرة الاقتصادية •• وقد أدى ذلك الى ضعف قـدرة الفئة المثقفة على القيام بدورها فى القيادة الفكرية فى بعض الحالات •

٣ — تزايد انتشار ظاهرة الدروس الخصوصية بين طلبة المدارس الحكوميـة وتضاءل عـدد الذين يخلصون فى أداء رسالتهم التعليمية وانخفض تبعا لذلك المستوى التعليمى فى هذه المدارس بين من لا يملكون

نفقات الدروس الخصوصية لأولادهم • وتزايد اقبال القادرين على المدارس الخاصة أو مدارس اللغات وانتفت بذلك عمليا مجانية التعليم •

٤ — انتشرت ظاهرة أداء الخدمة بمقابل فى بعض الحالات وأصبح من يدفع أكثر يحظى بابتسامة أكبر وأداء أفضل ، ومن لا يدفع تساء معاملته أو توضع العقبات أمام ما يحتاج اليه من خدمات ما لم تكن له معرفة مباشرة أو غير مباشرة عند الموظف المختص •

٥ — تضاءلت العناية بالأرض الزراعية المصدر الأساسى للأمن الغذائى وتزايدت الهجرة الى المدن الكبرى حيث تنتشر الأعمال الطفيلية والسرقات وأعمال النصب • وقد أدى تزايد الهجرة الى المدن الكبرى الى زيادة العبء على مرافق هذه المدن وانتشار الجرائم (٩) •

٦ — ارتفاع رواتب العاملين فى الشركات الاستثمارية لم تقابله زيادة حقيقية ذات قيمة فى رواتب العاملين فى الدولة • وقد ترتب على ذلك أن أصبح الحد الأدنى للرواتب فى بعض هذه الجهات أعلى من الحد الأقصى للرواتب المخصصة للوظائف العليا فى الجهات الحكومية المختلفة • وقد ترتب على ذلك ضعف الحافز المادى للعمل عند كثيرين من العاملين فى هذه الجهات •

٧ — انتشرت روح الانانية وتقدمت المصالح الخاصة على المصالح العامة فى سلوك الأفراد بلا خجل أو استحياء وضعف الاحساس بأهمية الوظائف الحكومية وزاد الاستهتار بمصالح الغير • **وقد ترتب على ذلك كله ضعف الاحساس بالانتماء الوطنى والقومى •**

ثالثا : مشكلة التطرف الدينى :

الدين له أثره الواضح على النمو النفسى والصحة النفسية والعقيدة حين تتغلغل فى النفس تدفعها الى سلوك ايجابى ، وتحقق لها الاستقرار ،

والايمان يؤدى الى الأمان وينير الطريق أمام الفرد من طفولته ثم عبر مراهقته الى رشده ثم شيخوخته (١٠)

والتربية الدينيـة السليمة تعتمد على حسن التوجيه من جانب المؤسسات الاجتماعية والدينية الشرعية فى المجتمع • بينما يؤدى اهمال هذه التربية فى المؤسسات الشرعية الى أحـد أمرين فى غاية الخطورة :

أولهما : الانحراف عن تعاليم الدين الحنيف وما ينتج عن ذلك من فسـاد فى الخلق وانحراف فى السلوك ، واهـدار للقيم الفاضلة التى تتضمنها الأديان •

وثانيهما : وقوع الشـباب ضحايا للاتجاهات المتطرفة وفريسـة سهلة للمتعصبين الذين لا يفهمون لغة الحوار المنطقى الهادف •

وقد شهدت مصر فى العقد الأخير من هـذا القرن عددا من التنظيمات الدينية المتطرفة التى تسعى الى فرض رأيها بالقوة والعنف • كما شهدت البلاد أحداثا طائفية أشعلها بعض المتطرفين دينيـا والمتعصبين الذين لا يفهمون الروح السمحة للأديان • وهذه ظاهرة غريبـة عن المجتمع المصرى الذى سادته روح الوحـدة الوطنية والتسـامح الدينى عبر العصور المختلفة •

وهذه المشكلة لا يمكن النظر اليها من فراغ ، فالصلة وثيقة بين ما أسميناه بمرحلة طغيان المـادة وانتشـار هذه الظاهرة • فالصراع النفسى والتوتر الناتج عن الخلل الاقتصادى والاجتماعى الذى اتسمت به هـذه المرحلة كان من بين العوامل التى ساعدت على ظهور التنظيمات المتطرفة ، وانخراط بعض الشباب فيها ، حيث أن حالة عدم التوازن بين فكر الفرد والأفراد الأخرين أو البيئة المحيطة به بصفة عامة تخلق نوعا من التوتر الذى يخلق بدوره قوى استعادة التوازن (١١) • وقد تكون

عذه الثورى مشروعه حينما تخاطب العقل وتلجأ الى الحوار ، أو غـير مشروعة عندما تستثير السخط والعداء (١٢) •

ومن العوامل التى ساعدت على ظهور التنظيمات المتطرفة فى رأيى :

عدم التصدى السريع والحازم للمنحرفين فى كافة المجالات . وعدم القدرة على فهم القرارات السياسية المفاجئة ، أو عـدم القـدرة على تفسيرها بوضوح كاف للجماهير • وقد ساعد ذلك على اشاعـة البلبلة واثارة السخط فأصبح المناخ مهيئا لظهور التنظيمات المتطرفة •

المبحث الثانى

دور العلاقات العامة فى مواجهة مشكلات الشباب

قدم بول جاريت أحـد رواد العلاقات العامة تعريفا لها يقـول فيه (ان العلاقات العامة ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة أو المنظمة تبدو فى صورة مخالفة لصورتها الحقيقية ، وانمـا هى الجهود المستمرة من جانب الادارة لكسب ثقة الجمهور من خلال الأعمال التى تحظى باحترامه) (١٣) •

ورغم عدم وضوح عملية الاتصال — التى هى جـوهر العلاقات العامة — فى هـذا التعريف الا أن أهم ما يميزه عن غيره من التعريفات التى قدمت للعلاقات العامة تأكيده على حقيقتين أساسيتين هما :

ان العلاقات العامـة ينبغى أن تكون تعبيرا صادقا عن الواقع ، كما أنها لابد أن تسموا بأعمالها الى الدرجة التى تحظى باحترام الجمهور •

فاذا كان الواقع سيئا أو تشوبه بعض الشوائب فينبغى تنقية هذا الواقع وتدارك ما به من أخطاء بدلا من محاولة اخفائها أو تزييف الواقع بكلمات معسولة سرعان ما يزول أثرها وينكشف زيفها • كما ينبغى أن تسهم العلاقات العامة فى مواجهة المشكلات التى تؤثر على الجمهـور

من خلال الأعمال البناءة والجهود الحقيقية الهادفة التى تحقق الرضاء والرفاهيه للمجتمع •

ولقد تبين من دراسة مشكلات الشباب فى المجتمع المصرى أن الخلل الاقتصادى والاجتماعى الذى أحدثته مرحلة طغيان المادة قد خلق نوعا من التوتر والصراع بين قيم المجتمع التقليدية والقيم المستحدثة التى أتت بها المرحلة الجديدة وأدى هذا بدوره مع التغيرات السياسية السريعة الى بروز ظاهرة التطرف عند لشباب وما ارتبط بهذه الظاهرة من أعمال عنف غير مألوفة •

واذا كانت وظيفة العلاقات العامة فى المؤسسات والمنظمات المختلفة هى تحقيق التفاهم والتوافق بين فئات المجتمع المختلفة • ولما كانت الدولة أكبر منظمة فى المجتمع ، فان مسئوليتها فى تحقيق التوافق بين فئات المجتمع تعلو مسئولية أى مؤسسة أو منظمة أخرى • واذا كانت العلاقات العامة تبدأ أولا بعلاج الخلل ، ثم يتبع ذلك الاعلام والاقناع واستعادة التوافق والتوازن المفقود ، فان العلاج يمكن أن يكون على النحو التالى :

أولا : الاجراءات العلاجية لاستعادة التوافق :

١ — ترشيد سياسة الانفتاح الاقتصادى ، وقد أعلنت القيادة السياسية فى أكثر من مناسبة عن اتجاهها الى توجيه الانفتاح الاقتصادى لكى يصبح انفتاحا انتاجيا يخدم الاقتصاد الوطنى ويدفع عجلة التنمية •

٢ — التصدى السريع والجازم لكل المهن الطفيلية والسوق السوداء والضرب على أيدى المستغلين الذين يخلقون الأزمات ويرفعون الأسعار •

٣ — مواجهه المنحرفين الذين يتلاعبون بصحة المواطنين وتوقيع أقصى العقوبات على من تثبت ادانتهم فى هذه القضايا •

٤ ـ اخضاع كافة السلع الضرورية للتسعير الجبرى ومراقبة تنفيذ الأسعار بدقة لتخفيف عبء المعيشـة على محدودى الدخل •

٥ ـ مراقبة سـير العمل فى الادارات الحكومية وتحقيق الانضباط ثوابا وعقابا للمحسن والمسىء فى انجاز مصالح المواطنين •

٦ ـ توقيع العقوبات الرادعة على كبار المتهربين من الضرائب . ومن ساعدهم فى التهريب ، وتخفيف عبء الضرائب على الفئات المتوسطة ومحدودى الدخل •

٧ ـ استمرار جهود الدولة فى سبيل التغلب على مشاكل الاسكان والمواصلات وتوفير الغذاء لمحدودى الدخل بالأسعار التى تناسبهم •

٨ ـ اتاحة الفرص للشباب للمشاركة فى عمليات التنمية عن طريق تقديم المعونات المـادية والفنية لمن يثبت القدرة على استغلالها وبصفة خاصة فى المجالات الزراعية والصناعات البيئية المرتبطة بها •

٩ ـ تبنى برنامج أو أكثر فى كل عام تنظم من خلاله جهود قطاع معين من قطاعات الشباب للخدمة فى مجال معين ، واشعال حماس الشباب للعمل فى هـذا المجال ، على أن يكون للبرنامج شعارا محددا له مغزى محدد لتحقيق هـدف أو أهداف محددة كما حدث فى البرنامج الأمريكى العريق المسمى بنادى العقل والقلب والأيدى والصحة والذى يرمز اليه اختصارا بـ 4 - H in the Country وصاحب فكرة هـذ البرنامج هـو توماس ويلسون رئيس احدى شركات تعبئة اللحوم فى عام ١٩١٨ •

وقـد دعمته وروجت لـه وزارة الزراعة الأمريكية لحث شـباب الريف على بذل الجهد واليقظة والاخلاص فى تنمية المحاصيل الزراعية •

وقد أقسم أعضاء هـذا النادى على استخدام عقولهم من أجل

التفكير الواضح ، وقلوبهم لتحقيق الولاء ، وأيديهم لمزيد من الخدمه ، وصحتهم من أجل حياة أفضل لناديهم ومجتمعهم وريفهم (١٤) •

ثانيا : برامج الاتصـــال لاستعادة التوافق :

تعنى كلمة الاتصال فى العلاقات العامـــة عملية تبادل المعلومات والآراء بين طرفين بهدف تحقيق التفاهم المشترك بينهما • ومعنى هذا أن الاتصـــال فى العلاقات العامـــة ينبغى أن يكون صاعـــدا وهابطا فى نفس الوقت •

فالاتصال الصاعد يتمثل فى معرفة القيادة أو الادارة لآراء الجماهير واتجاهاتها ، لكى تخطط السياسات وتتخذ القرارات بناء على معرفـــة واعية بميول هذه الجماهير والمشكلات التى تواجهها (١٥) •

وهنا تأتى أهمية الخطوة الأولى فى نشـــاط العلاقات العامة وهى قياس وتفسير وتقويم اتجاهات الجماهير التى لها صلة بالمنظمة (١٦) • فلابد وان تراعى أى منظمة عند اتخاذ قرار معين أو اتباع سياســـة جديدة تأثير ذلك على الجماهير التى تتعامل معها ، واذا كان من المحتم اتباع سياسة معينة لأنه لا بديل عنها ، وهذه السياسة تفرض تضحيات من أى نوع على الجمـــاهير فلابد من تهيئة الجمـــاهير لتقبل هـــذه التضحيات من خلال الاقناع بمبررات السياســـة الجديدة ، وتقـــديم القدوة فى المشاركة فى تحمل ما يطلب الى الجماهير تحمله من أعباء فمن أهم مبادىء العلاقات العامة الحكومية تهيئة الجماهير للتغييرات المرتقبة وتقديم القدوة من جانب القيادات الداعيـــة الى التغيير لتحمل آثاره ونتائجـــه (١٧) •

واذا كان الاتصال الصاعد فى العلاقات العامة هـــو أحد أسس التخطيط للسياسات والقرارات الجديدة ، فان الاتصـــال الهابط من القيادة أو الادارة الى الجماهير هـــو حجر الزاوية فى تحقيق التفاهم

بين هذه القيادة والجماهير • فالاتصال الهابط بشقيه الاعلامى والاقناعى يساعد على تكوين الرأى العام المستنير ويمكنه من المشـاركة الفعالة فى تنفيذ السياسات والقرارات الجديدة على أكمل وجـه ممكن •

وقد أكدت هذه الحقيقة السيدة أنديرا غاندى رئيسة وزراء الهند حينما قالت : « أن العلاقات العامة هى احدى دعامات الديمقراطية • ولمـا كانت السياسات الحكومية والصناعية تتزايد تعقيدا باستمرار فان العلاقات العامـة تستطيع أن تجعل هذه السياسات واضحة للجماهير • وتمكنهم فى نفس الوقت من الاسـهام فى رسمهـا أو ترك بصمـاتهم عليها » (١٨) •

ونستطيع من هـذا التقديم لوظيفة الاتصال المزدوج فى العلاقات العامة أن نبلور أهداف الاتصال فى مجال استعادة التوافق على النحو التـالى :

١ — دراسـة اتجاهات الرأى العام بالنسبة للقضايا والمشكلات المختلفة التى تؤثر على مصالح الجماهير واهتماماتها الانسانية ، وابلاغ نتائج هذه الدراسة للجهات المعنية لكى تكون أحـد مدخلات الموقف فى التخطيط للسياسات المختلفة (١٩) •

٢ — اعلام الشباب بالخدمات والمشروعات التى يمكن أن يشاركوا فيها ويستفيدوا منها •

٣ — نشر نتائج التحقيقات والأحكام فى قضايا الانحراف والرشوة والتهرب من الضرائب واستغلال النفوذ •

٤ — ضرورة قيام المؤسسات الدينية بدورها فى تعميق المفاهيم الدينية الصحيحة بين الشباب بأسلوب عصرى وبما لا يتيح فرصـة للمتطرفين بتوجيه النشىء توجيها خاطئا •

٥ — تقع على وســائل الاتصال الجماهيرية مسئولية بث القيم الروحية والأخلاق الفاضلة بين الشباب من خلال الموضوعات والبرامج والندوات الدينية ، فان ذلك يساعد على التصــدى لموجات الانحــلال والفســاد • كما أن التدين فى حــد ذاته يدفع للاخلاص فى العمل وايثار المصلحة العامة على المصلحة الخاصة • وقد قرن القرآن الكريم العمل بالايمان فى ثلاثمائة آية من آياته البينات ، وذلك يؤكد قيمــة العمل عند الله سبحانه وتعالى (٢٠) •

٦ — ينبغى أن تقدم وسائل الاتصال الجماهيرية نماذج يقتدى بها الشباب المصرى الذى يبذل الجهــد والعرق فى سبيل وطنه وأن تركز الأضــواء على من يعملون فى ظروف صعبة ويتفانون من أجل دفع عجلة الانتاج وتحقيق التقدم لبلادهم •

٧ — يجب على وسائل الاتصال الجماهيرية أن تزرع الايمان فى نفوس الجماهير بأن الطريق الى المستقبل المشرق هــو الكد والجهد والعمل وليس البحث عن الطريق السهل للكسب وجمع المــال (٢١) •

٨ — يمارس بعض الشباب عادة التدخين كنوع من المحاكاة السيئة للأجيال الأكبر ، وهى عادة ثبت ضررها صحيا واقتصاديا واجتماعيا • وقد حان الوقت لأن تمارس وسائل الاتصال الجماهيرية دورا فعالا فى محاربة التدخين واقناع الشباب بأضراره المتنوعة •

٩ — ينبغى أن تقوم وسائل الاتصال الجماهيرية بشغل الشباب بقضايا الوطن واثارة اهتمامهم بهــا ، وتبصرهم بحقائق الأمــور بلا مبالغة أو تهوين ، حتى لا يقعوا فريســة للمخربين ودعاة التطرف •

١٠ — تستطيع وسائل الاتصال الجماهيرية أن تساهم بموضوعية تامة فى ايجــاد الوعى السياسى لــدى الشباب ، وأن تشجعهم على المشاركة السياسية فى اتخاذ القرارات من خــلال العمل الديمقراطى

السليم بعيدا عن الخداع والمزايدات الحزبية الرخيصة ، اسهاما منها فى نجاح التجربة الديمقراطية وحمايتها من القوى المعادية التى تسعى الى هدم هذه التجربة وفرض ارادتها على المواطنين •

١١ — ينبغى أن تحرص وســائل الاتصال الجماهيرية على غرس الشعور بالانتماء الوطنى والقومى عند الشباب ، فما من دولة تستطيع أن تخترق حاجز التخلف الاقتصادى دون أن يدرك المواطنون ان مصلحتهم المشتركة تقتضى التعاون فيما بينهم لتحقيق أهداف عامة محددة تعود بالنفع عليهم جميعا • كما أن شعور الشباب بالولاء هــو الذى يدفعه الى بذل التضحيات التى تتطلبها مصلحة البلاد (٢٢) •

١٢ — تستطيع وسائل الاتصــال أن تساهم مساهمة ايجابية فى تغيير النظرة التقليدية للتعليم الجامعى باعتباره هدفا فى حــد ذاته يرتبط بمكانة الفرد فى المجتمع • ورغم أن ذلك يتطلب تغييرا أساسيا فى قوانين الوظائف بالدولة فان وسائل الاتصال تستطيع أن تشجع هذا التغيير من ناحية ، وان تحث الشباب على الالتحاق بالتعليم الفنى الذى تحتاج اليه خطة التنمية (٢٣) • ويؤدى هــذا التغيير الى القضــاء على ظاهرة البطالة المقنعة فى الوظائف الحكومية وبالتالى يوضع كل شــاب فى مكانه الصحيح الــذى يتفق مع دراسته ويشعر بقيمته وأهميته فى مجــال العمــل •

الخاتمـــة

لقـــد تبين من البحث أن مرحلة طغيان المـــادة التى هبت على المجتمع المصرى فى أعقاب الأخذ بسياسة الانفتاح الاقتصادى قـــد أحدثت خللا اقتصاديا واجتماعيا شبيها بما حدث فى بعض المجتمعات الرأسمالية والنامية خلال اندفاعها الى المرحلة المـــادية • واذا كان تطبيق سياسة الانفتاح الاقتصادى قد صاحبته بعض الآثار السلبيه التى تسببت مع غيرها من العوامل فى احـــداث هـــذا الخلل فلا يعنى ذلك بالضرورة رفضا لهذه السياسة ، وانما يعنى الرغبة فى ترشيدها وتجنب آثارها السلبية •

وقد جاءت ظاهرة التطرف عند الشباب فى مصر كثمرة لمجموعـــة من العوامل السياسيه والاقتصادية والاجتماعية ، ومثلت هى الأخرى مشكله من المشكلات التى تؤثر على الشـــباب وتبدد طاقته وتشعره بالاغتراب فى وطنه بدلا من أن يكون هو العامل الأساسى المحقق للتقدم والصـــانع للمستقبل •

وقد رأينا أن المجتمعات الأخرى التى تعرضت لهذه الحالة فى مرحلة من مراحل تطورها الحديث قـــد تمكنت من تجاوزها باستخدام المنهج العلمى فى علاج هذه الحالة • وقد حللنا هـــذا المنهج الذى يقوم أساسا على مجموعة من الاجراءات العلاجية التى تستهدف استعادة التوافق وتحقيق الانتماء بدلا من الاغتراب • وتأتى بعد ذلك الخطوة التأثيرية التى تؤكد هذا الانتماء وتدعمه وتنزع الشعور بالاغتراب وتقضى على آثاره الهدامة •

واذا كان البحث قد أبرز عددا من المشكلات العامة التى لا تؤثر فقط على قطاع الشباب وحده وانمـــا يمتد تأثيرها الى قطاعات المجتمع الأخرى فمن المسلم به أن قطاع الشباب أكثر حساسية وتأثرا بهـــذه

المشكلات لما يتميز به قلق وتوتر كخاصية أساسية لهذه المرحلة من مراحل تطور الانسان ، لذلك فان علاج هذه المشكلات لا يقتصر نفعه على القطاع الشبابى فقط ، وانما تمتد فائدته الى كافة المواطنين ، وينعكس أثره على رخاء الوطن ورفاهيته •

توصيات البحث :

بالاضافة الى ما سبق تقديمه من اقتراحات وتوصيات فى ثنايا البحث للتغلب على هذه المشكلات يرى الباحث تقديم بعض التوصيات العامة على النحو التالى :

١ — تشكيل مجلس أعلى للاعلام والشباب تكون مهمته رسم السياسات الاعلامية فى مجال الشباب والتنسيق بين المؤسسات الاعلامية فى مجال القضايا الشبابية ، والاشراف على اصدار مجلة خاصة بالشباب تعبر عن آرائهم وأفكارهم وتستثير حماسهم لخدمة مجتمعاتهم المحلية بصفة خاصة ووطنهم بصفة عامة •

٢ — تخصيص جوائز تقديرية وتشجيعية لأفضل البرامج والموضوعات الشبابية فى وسائل الاتصال الجماهيرية والتى يرى الخبراء أنها استطاعت أن تقيم جسورا قوية للتفاهم مع الشباب وتناول مشاكله وقضاياه •

٣ — تشجيع انشاء الاذاعات المحلية والصحف الاقليمية ، لما لها من دور بالغ الأثر فى تحقيق التقارب بين أبناء المجتمع ، وازالة روح الأنانية والفردية التى تتسم بها المرحلة المادية • واتاحة الفرصة للشباب للمشاركة فى تقديم المواد الاعلامية والتعبير عن آرائهم واتجاهاتهم على المستوى الاقليمى بالاضافة الى المستوى القومى •

٤ — الاهتمام بالتربية الدينية فى المدارس والجامعات وبين العمال

والفلاحين والجنود وهـو دور تستطيع أن تشـارك فيـه وسـائل الاتصال الجماهيرية والمؤسسات الاجتماعية ومؤسسات العمـل بالاضافة الى المؤسسات الدينية التى ينبغى أن تؤكد على القيم الوطنية وتبث الأمل فى نفوس الشباب .

٥ — الاهتمام بالبحوث والدراسات التى تتناول مشاكل الشباب واتجاهاتهم ودعم الجهات التى تقوم باجراء هذه البحوث ، والاستفادة منها فى التخطيط للسياسات الشبابية على أساس علمى .

المراجــــع

١ — ابراهيم امام (دكتور) : **العلاقات العامة والمجتمع** ، الطبعة الثانية . القاهرة . مكتبة الانجلو المصرية ١٩٦٨ ، ص ١٧١ .

٢ — لمراجعة تفاصيل هذه القضية يمكن الرجوع الى المؤلفات والبحوث التــاليه :

(ا) ابراهيم امام (دكتور) المرجع السابق .

(ب) محمد محمد البادى (دكتور) : **العلاقات العــامة والمســئولية الاجتماعية** ، الطبعة الاولى ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٨٠ .

Davis, K. and Robertl. Blomstron : **Business and Society : Environment and Responsibility.** Third edition. New York, McGraw-Hill Inc., 1975.

٣ — محمد محمد البادى (دكتور) المرجع السابق ص ١٨٣ .

٤ — تقرير مؤتمر وزراء الشباب العرب — اكتوبر ١٩٦٩ — وزارة الشباب ص ١٣٤ نقلا عن كتاب المجلس القومى للشــباب فى برامج المراكز والاندية ، ص ٥٤ .

5. Cutlip Scott M. and Allen Center : **Effective Public Relations.** Fifth Edition. New Jersey, Prentice Hall Inc., 1978. p. 335.

٦ — حامد زهران (دكتور) : **علم نفس النمــو ، الطفــولة والمراهقة** ، الطبعة الرابعة ، القاهرة ، مكتبة عالم الكتب ١٩٧٧ ، ص ٢٨٩ .

٧ — المرجع السابق ، ص ٤٦٤ — ٤٦٨ .

٨ — على عجــوة (دكتور) : **العلاقات العامة وقضايا التنمية فى مصر** ، القاهرة ، مكتبة عالم الكتب ، ١٩٧٧ ، ص ٢٢ .

٩ — دراسات سكانية : نشرة شهرية يصدرها مكتب البحوث بجهاز تنظيم الاسرة والسكان ، العدد الخامس عشر ، ديسمبر ١٩٧٤ ، (من مقال د. محمد صبحى عبد الحكيم) ، ص ١٦ .

١٠ — حامد زهران (دكتور) : المرجع السابق ، ص ٣٩٤ .

11. Zajonc, R. B. : The concepts of B[illegible]. Congruity and Dissonence (in Boisecker and **Parson : The Process of Social Influence.** New Jedsey Prentice Hall Inc., 1972). pp. 84-89.

12. Williams, Michael : **Heman Relations.** London. The National Extension College and Longman Groups Ltd 1967. p. 20.

13. Griswold, Glenn, and Denny : **Your Public Relations.** New York Magazines of Industry Inc., 1948. p. 4.

14. Darrow, Richard W. and Others : **The Dartnell Public Relations** Handbook. Chicago, Dartnell Press Inc.. 1967. pp. 384-385.

15. Davison, W. Phillips and Frederick T. C. YU : **Mass Communication Research,** New York, Praeger Publishers Inc., 1974. p. 70.

16. Robinson Edward J. : **Communication and Public Relations,** Columbus Ohio, Charles E. Merril Book Inc., 1966, p. 36.

17. Steven, H. Chaffee and Michael J. Petrick : **Using The Mass Media Communication Problems in American Society,** New York, McGraw-Hill Inc., 1975. pp. 64-65.

18. Cutlip. Scott and Allen Center : **Effective Public Relations** Forth Edition, New Jersey, Prentice Hall Inc., 1971, p. 529.

١٩ — علي عجـوة (دكتور) : **الاسس العلمية للعلاقات العامة ، الطبعة** الثانية ، القاهرة ، مكتبة عالم الكتب ، ١٩٧٨ ، ص ١١٢ **وما بعدها .**

٢٠ — المجلة العربية للادارة : عدد اكتوبر ١٩٧٧ ، مقال د. محمود عساف ، ص ٧ .

٢١ — الاهرام : عدد ٤ اكتوبر ١٩٨٢ من خطاب رئيس جمهورية مصر العربية في مؤتمر الحزب الوطني .

٢٢ — جيهان رشتي (دكتورة) : **نظم الاتصال ، الاعلام في الدول النامية ،** القاهرة ، مكتبة دار الفكر العربي ، ١٩٧٢ ، ص ١٧٦ .

٢٣ — علي عجـوة (دكتور) : **العلاقات العامة وقضايا التنمية في مصر ،** مرجع سابق ، ص ٣٩ .

الدراسة الخامسة

وسائل الاعلام
وقضايا الثقافة فى مصر

مقدمة فى أهمية وسائل الاتصال وتطورها :

الاتصال ضرورة حتمية لا يستغنى عنهـا مجتمع من المجتمعات البشرية • ولو فقـد الاتصال بين الناس لتعـذر ظهـور الحضارات الانسانية . ولمـا تحققت السمات الثقافية المتميزة لأى مجتمع • لقد كان ظهور التجمعات البشرية نتيجة لبداية عملية التفاهم الانسـانى باستخدام الاشـارات Signals • وتلى ذلك تطور على جانب كبير من الأهمية فى ارتقاء هـذا التفاهم حينما بدأ استخدام اللغـة • ثم كان التطور الأكثر أهميـة متمثلا فى الكتابة كوسيلة لنقل الحقـائق والأفكار الى الغير •

وقد صاحب هذا التطور فى استخدام الرموز — سواء كانت اشارية أو لفظية — كوسيلة للاتصال تطور مماثل فى علاقات الانتاج نتيجـة لانتقال المجتمع البشرى من مرحلة الصيد الى الرعى ، ثم الى الاستقرار على ضفاف الأنهار عندما عرفت الزراعة • وتبع ذلك ظهور الحضارات القديمة وقيام الحكومات تعبيرا عن تطور جديد فى التفاهم الانسـانى على مستوى أكبر من التجمع الصغير الذى أخذ صورة القبيلة أو العشيرة أو الترابطات أو الاتحادات أيا كان نوعها •

وقد لجأت هـذه الحكومات الى التأثير فى المحكومين من خـلال فنون النقش والرسم والشعر والعمارة ، بالاضافة الى استخدام تأثير رجال الدين والكتاب وكبار المسئولين فى اضفاء الهيبـة على الحكام وكسب الولاء لهم • وقد اكتشفت بعض القصائد التى تنقد التصرفات الجائرة لبعض المسئولين فى مصر القديمـة ، وتكشف عن رأى العامة فى تصرفات هؤلاء المسئولين (١) • ويدل ذلك على حقيقة ثابتة وهى أن التفاهم الانسـانى ارتبط بنشأة المجتمعات الأولى • وقد ارتبط استخدام هـذا التفاهم عبر العصور بمهارة القائمين بالاتصال والوسائل

الاتصالية المتاحة لهم • واذا كان اختراع الكتابة قد حفظ لنا تاريخ الانسانية أو تراثها الثقافي ، فانه بلا شك لم يستطع أن يعمل على نشر الثقافة في العصور الخالية على نطاق واسع فالكتاب المخطوط كان شيئا نادرا باهظ التكاليف وبالتالي لا يمكن أن يقتنيه الا صفوة الصفـوة •

وكانت الثورة الأولى في وسائل الاتصال متمثلة في اختراع جوتنبرج للطباعة في منتصف القرن الخامس عشر • ثم تطورت الطباعة تدريجيا حتى وصلت الى شكلها الحالي الذي أثمر ظهور صحافة الملايين التي تطبع ملايين النسخ في ساعات قليلة وتوزعها في ساعات أقل •

لقـد كانت معرفة مصر والدول العربية لفن الطباعـة في القرن المـاضي من أقوى عوامل النهضة الحديثة التي قامت على أساسيين ، أولهما بعث الثقافة العربية القديمة ، وثانيهما الترجمة والنقل عن الثقافة الغربية • ومن المؤكد أنه لولا معرفتنا بفن الطباعة ولولا تأسيسنا لمطبعة بولاق لما استطعنا أن نبعث التراث القديم ، ولا أن نستفيد من الثقافة الغربية ، ولظللنا غارقين في التفاهات والزخارف اللفظية التي كانت قد صرفتنا عن كل تفكير أصيل أو احساس انساني حي (٣) •

وقد عرف العالم المذياع (الراديو) في بداية العشرينات من هذا القرن ، وانتشرت هـذه الوسيلة الاعلامية في الثلاثينيات انتشارا كبيرا وظهرت الاذاعة المرئية (التليفزيون) قبل بداية الحرب العالمية الثانية وانتشرت على مستوى تجاري في أعقاب الحرب ، ثم بدأت انتشارهـا الواسع في الخمسينيات والستينيات • وقد أصبح من الممكن أن تنقل الأحداث بالصوت والصورة في نفس لحظـة وقوعها عن طريق الاقمار الصناعية أيا كانت المسافة بين محطة الارسال وأجهزة الاستقبال كمـا ينقل الراديو عن طريق موجاته القصيرة الأخبار والتعليقات وغيرهـا

من المواد التثقيفية أو الترفيهية أو الاعلانية الى أبعد الأماكن • وأصبح من اليسير بعد اختراع الترانزستور أن يصل صوت المذياع الى المناطق النائية التى لم تصل اليها الكهرباء ولا تصل اليها الصحف بسهولة •

وقد ساهم هــذا التقدم الهائل فى وسائل الاتصــال فى تقريب المسافات بين بقاع العــالم المختلفة حتى أصبح العــالم من الناحية الاعلامية أصغر مما هــو عليه فى الواقع نتيجة لسرعة تداول الأنبــاء وانتقال المعلومات والآراء • كما أصبح من العســير التصدى للتيارات الثقافية الوافدة من الخارج ، أو تجاهل الاتجاهات الفكرية فى أى بقعة من بقاع العالم • ولم يعد من الممكن صــد الغزو الاعلامى المدعم بالحقائق الثابتة كمــا كان يحدث فى المــاضى باستخدام أساليب المنع أو التشــويش •

هذا التطور الهائل فى وسائل الاتصال جعل انسان القرن العشرين يعيش فوق شلال من الكلمات على حــد تعبير الباحثان الأمريكيان كاتليب وسنتر اللذان يعتقدان أن الفرد الأمريكى العادى ينفق ٧٠ ٪ من ساعات يقظته فى الاتصال اللفظى ، استماعا وتحدثا وكتابة وقراءة (٣) • وتشير نتائج بعض البحوث الأمريكية الى أن الأمريكى العادى يقضى ثمانى ساعات تقريبا مع هــذه الوسائل • ويستحــوذ التليفزيون والراديو على النصيب الأوفر من هذه الساعات الموزعة كالتالى :

— ثلاث ساعات وثمان وأربعين دقيقة للتليفزيون •

— ثلاث ساعات واثنين وعشرين دقيقة للراديو •

— سبع وثلاثون دقيقة مع الصحــف •

— عشرون دقيقة مع المجــلات (٤) •

ومن الثابت أن وسائل الاتصال الجماهيرى تقوم بخمس وظائف أساسية هى الاعلام ، والتوجيه ، والترفيه ، والتثقيف ، والاعــلان •

ولا شك أن تحقيق التوازن بين هذه المهام قد شغل الكثيرون من الباحثين • كما أثار اهتمامهم فى نفس الوقت المستوى الآدائى لكل وظيفة ، ومدى فعالية هذه الوسائل فى تحقيق أهداف كل من هـذه المهام الخمس • وموضوع دور وسائل الاتصال الجماهيرية فى الثقافة ، والثقافة الجماهيريه على وجـه التحديد مازال يحتاج الى دراسات عميقة فى ضوء المتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتقنيـة التى يشهدها العالم فى الظروف الراهنة •

مشكلة البحث :

يهدف هذا البحث الى دراسة دور وسائل الاعلام فى نشر الثقافة ومعرفة أثر التيارات الثقافية الخارجية التى تأتى بها هذه الوسـائل على الشخصية الثقافية لمجتمعنا ، وارتباط ذلك بالتيارات والأوضـاع الداخلية التى تهيىء المنـاخ فى بعض الأحيان للتيارات الخارجية لكى تسـود وتؤثر • ويعتمد هذا البحث على المنهج التحليلى فى عرضـه للروافد الثقافية الخارجية وارتباطها بالأوضاع الداخلية ، وأثرها على الشخصية الثقافية المصرية • كما يستخدم المنهج التحليلى المقارن فى المبحثين التاليين عن المستويات الثقافية ، ودور وسائل الاعـلام فى الثقافة الجماهيرية • ويبدأ البحث بمبحث خاص عن مفهوم الثقافـة وانتقالها من خلال المؤسسات التعليمية والاعلامية •

اولا : مفهوم الثقافة :

قام كروبر وكلاكهون Krober and Kluckhohn بفحص ما يزيد عن مائة تعريف من التعريفات التى قدمهـا الانثروبولوجيون للثقافة ، ولم يجـدا بينها تعريفا مقبولا من وجهة نظرهما • وقد ذكرا أن السمة المشتركة بين هذه التعريفات أنها تكتسب عن طريق التعلم ، وأن هـذا يرتبط بجماعات اجتماعية ، أو مجتمعات معينة • وقـد قـدم كلاكهون تعريفا للثقافة يساعد على فهم السلوك البشرى قال فيه « ••• نقصـد

بالثقافة جميع مخططات الحياة التى تكونت على مدى التاريخ ، بما فى ذلك المخططات الضمنية والصريحة ، والعقلية وغير العقلية ، وهى موجودة فى أى وقت كموجهات لسلوك الناس عند الحاجة » • ويقول كلاكهون « أن ثقافة مجتمع من المجتمعات هى نسق تاريخى المنشأ يضم مخططات الحياة الصريحة والضمنية ، يشترك فيه جميع أفراد الجماعة (أى المجتمع) أو أفراد قطاع معين منها (٥) •

وهذا يعنى أن مصطلح الثقافة يشير الى المعانى التالية عند الأنثروبولوجيين (٦) :

١ — للدلالة على أساليب الحياة أو « مخططات الحياة » المكتسبة بالتعلم والشائعة فى وقت معين بين البشر جميعا •

٢ — للدلالة على أساليب الحياة الخاصة بمجموعة من المجتمعات التى يوجد بينها قدر من التفاعل •

٣ — للدلالة على أنماط السلوك الخاصة بمجتمع معين •

٤ — للدلالة على أساليب السلوك الخاصة بشريحة أو شرائح معينة داخل مجتمع كبير على درجة من التنظيم المعقد •

وينبغى أن يكون واضحا أن الثقافة هى تجريد للسلوك الفعلى ، وليست هى الأفعال السلوكية ، أو كما يقول ردفيلد أن الثقافة تتضح فى الأفعال والأشياء ذاتها • فاحترام اشارة المرور سلوك يشير الى ثقافة معينة ، ولكن السلوك فى حد ذاته لا يعتبر هو نفسه هذه الثقافة • كما أن السلاسل والأوانى الخزفية والأسلحة واللوحات والتماثيل وغيرها تمثل المنتجات النهائية التى خلقتها أساليب السلوك الشائعة فى مجتمع معين • والخطأ الذى وقعت فيه التعريفات التى رفضها كروبر وكلاكهون هو عدم التمييز بوضوح بين مفهوم الثقافة من ناحية ، والأشياء التى يشير اليها من ناحية ثانية • كما هو

الحال فى العلاقه بين الرمز والشيء الذى يشير اليه هذا الرمز • فالرايه الحمراء رمز للخطر ، ولكنها ليست الخطر نفسه • كما أن الرمز اللغوى لا يرتبط ارتباطا ماديا بما يشير اليه . فليس هناك شيء حصانى فى كلمة حصان ، ولا شيء بيتى فى كلمة بيت • انما المجتمع الذى يستخدم هاتين الكلمتين هو الذى يضفى على كل منهما معناها (٧) • وبفضل قدرة الانسان على استخدام الرمز فى التعبير عن الأفكار والأشياء أمكن انتقال الثقافة من جيل الى جيل ، وبذلك تحقق التواصل الثقافى بين الأجيال . وتحددت أنماط السلوك المعبرة عن التراكم الثقافى •

والثقافة كما يعرفها هول Hall هى كل المعانى والقيم والتقاليد التى تنشأ بين جماعات أو طبقات لها سمات اجتماعية محددة ترتبط بظروفها التاريخية التى تستمد منها وجودها ، وتؤثر على أنماط سلوكها (٨) • فالطفل حين يولد تتلقفه ثقافة معقدة مليئة بالأفكار والعادات والتقاليد التى تكونت على مر العصور السالفة • وتنتقل هذه الثقافة من خلال الأسرة والمدرسة والجماعة والمسجد أو الكنيسة أو المعبد ، وكذلك من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية • ولو لم يكن هناك مجتمع يضم هذه المؤسسات التى تنقل ذلك التراث الثقافى لكانت حياة الانسان مماثلة لحياة الحيوان • وفى ذلك يقول ستيوارت شيس Chase ان تسعين فى المائة ـ تقريبا ـ من سلوك الفرد العادى فى المجتمع معين تفرضها وتقررها النظم والقواعد التى يبدأ فى تعلمها منذ ولادته (٩) •

ويبلور الدكتور محمد مندور مفهوم الثقافة فى عبارات واضحة فيقول « •• والثقافة الحقة ليست فى النهاية الا تحقيق القدرة على فهم الناس والأشياء فهما صحيحا والحكم عليهما حكما سليما • وهذا الفهم وذلك الحكم لا يمكن الوصول اليهما الا اذا جمع الفرد بين وسيلتين هامتين : هما الدراسة من ناحية ، والتفكير من ناحية أخرى • فالدراسة بغير تفكير لا يمكن أن تنتهى الى فهم صحيح (وهذا فى

رأى الباحث هو الفرق بين المتعلم والمثقف) • والاكتفاء بالتفكير الذاتى دون دراسة لا يمكن أن يؤمن معه الضلال عن الفهم الصحيح • والكتاب الجاد هو الذى يجمع بين الدراسة وتقديم المعرفة من جهة . واثارة التفكير أو الايحاء به من جهة أخرى » (١٠) •

ثانيا : انتقال الثقافة بالتعليم والاعلام :

ينهض التعليم بدور أساس فى تنمية المهارات ، واستمرار التراث العلمى والأدبى والفنى بنقله من جيل الى جيل • ولما للتعليم من أثر كبير على النشىء ، فقد استغلته الحكومات فى تكوين الجيل الجديد على نحو معين يخدم أهدافها ، ويوجه الناشئة الوجهة التى تريدها (١١) • كما أن الاستعمار فى عصوره المختلفة لجأ الى التعليم بين ما لجأ اليه من جهود لمحو شخصية الأمة أو اذابتها فى شخصية المستعمر . أو لكى يفصلها عن الشخصية القومية التى تنتمى اليها •

ومن خلال الجامعات . أو المنح التعليمية ، أو الأفلام والمسلسلات والبرامج الاذاعية والتليفزيونية ، أو الكتب ، أو المجلات والصحف ، أو المعارض والمتاحف ، أو الفرق الموسيقية أو المسرحية ، أو غيرها من الفنون تحاول الدول الكبرى أن تغزو العالم ، وتنشر أنماطا جديدة أو مخططات جديدة للحياة توجه السلوك البشرى فى مجتمع معين بما يتفق مع ثقافة الدولة الغازية • وقد أصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية هى الأداة التى تستخدمها هذه الدول بارادة بعض المجتمعات التى تتعرض لما تصدره تلك الدول من برامج وأفلام • كما تتعرض بعض المجتمعات لهذه المخططات رغم كل الجهود التى تبذلها لمنع هذه البرامج ، أو فرض الرقابة عليها ، أو استخدام أجهزة التشويش للحيلولة دون تعرض مواطنيها لما يبث عن طريق الموجات القصيرة كما سبق أن أوضحنا فى مقدمة هذا البحث •

واذا كانت النشأة التاريخية للثقافة تنهض على الحقيقة التى مؤداها

أن الثقافة تنتقل عن طريق التعليم من جيل الى جيل ، فان الغـزو الثقافى من خلال الجامعات الاجنبيه والمنح التعليمية ، ومـواد وسـائل الاتصال الجماهيرية ، ييسر هـو الآخر الى امكان انتقال الثقافة من مجتمع الى آخر ، أو من طبقة الى أخرى فى فترة زمنية واحـدة • وهذا يعنى أن روافد الثقافة كما تأتى من المـاضى ، تأتى أيضا من الحاضر المعاصر فى مجتمعات أخرى ، وان كان هذا بدوره ينبع من ماضى هذه المجتمعات الذى تراكمت من خلاله ثقافاتها ، وتكونت شخصياتها •

وهذا يثير القضية الأولى من قضايا الثقافة فى مصر ، ونعنى بها الروافد الخارجية للثقافة وأثرها على الشخصية الثقافية للمجتمع المصرى •

المبحث الثـانى

الروافد الثقافية الخارجية وأثرها على الشخصية الثقافية

تتمثل هذه الروافد بصفة أساسية فى البعثات الخارجية ، والأفلام الأجنبية ، والمسلسلات ، والبرامج الاذاعية والتليفزيونية ، والكتب ، والموسيقى ، والأغانى . وكافة أشكال الفنون التى تعبر عن معان وأفكار وعادات وتقاليد أجنبية توجه أنماط السلوك فى هذه المجتمعات •

ومن الثابت أن التقاء الثقافات بما يحمله ذلك من تأثيرات متبادلة يمكن أن يساهم فى تحقيق التطور الثقافى للشعوب المختلفة اذا حـدث هـذا بغير استعلاء أو انبهار من جانب ثقافة معينة بثقافة أخـرى • فحينما يكون الانسياب الثقافى طبيعيا ومتبادلا فان ذلك يساعـد على زيادة التفاهم العالمى من خلال معرفة الشعوب لمخططات الحياة التى توجـه أنماط السلوك السـائدة فى المجتمعات الأخرى • ويؤدى هذا التفاهم الى تقبل الاختلافات الأساسية بين أنماط السلوك السـائدة فى المجتمعات المختلفة . وهـذا بدوره يساعد على تأكيد أواصر المـودة

والصداقه بين الشعوب ، وهــو أمر يحقق — فى حــالة استمراره — السـلام العــالمى •

وتستطيع وســائل الاتصال الجماهيرية من خــلال ما تقدمه من موضوعات تتصل بمخططات الحياة فى المجتمعات الأخـرى ، أن تنقل المواطنين من عالمهم المحدود الى عالم أوســع وأرحب • ويؤدى هــذا الانتقال الى معرفة هؤلاء المواطنين بأساليب الحياة فى بعض المجتمعات المتقدمة ، فينمو لديهم الاستعداد للأخــذ عنها ، كمــا تنمــو عندهم القدرة على التقمص الوجدانى Empathy ، أى القدرة على تصــور الفرد لنفســه فى ظروف الآخرين أو تصوره لــدوره وأدوار الآخرين فى المجتمع (١٢) •

وحينما يصل الأفراد الى هذه المرحلة يصبح المجتمع مهيئا للانتقال من المرحلة التقليدية الى المرحلة العصرية • فالشخصية المتطورة تعزف عن الأنماط التقليدية في السلوك ، وتقبل علي الأنماط العصرية الجديدة التي تعبر عن ثقافات متطورة • وتقوم وسائل الاعلام بنشرها لهــذه الثقافات بمضاعفة التطور الاجتماعي ، والاسراع بنشر الأفكار الجديدة ، وتهيئة المجــال للتنمية الشاملة (١٣) •

واذا كان النموذج السابق يمثل مظهرا ايجابيا ، ونتيجــة مفيدة من نتائج الانسياب الثقافى بين المجتمعات ، فان الأمــر قد لا يكــون كذلك فى كل الأحــوال • فحينما تسعى القوى الكبرى فى هــذا العالم الى فرض ثقافاتها على المجتمعات النامية لتحقيق ما عجزت عن تحقيقه من خلال القوة المسلحة ، يظهر بجلاء الوجــه البشع للاستعمار الجديد الذى يسعى من خلال الأجهزة الدبلوماسية الدعائية والثقافية الى تحقيق أهداف مرسومة للتخريب الثقافى فى الدول النامية (١٤) •

وهنا تكمن الخطورة اذا تحول الانسياب الثقافى الطبيعى الى تدفق ثقافى موجه للتأثير على شخصية الأمة وطمس معالم ثقافتها • وقــد

استطاعت اليابان وهي دولة شرقية بلغت ذروة التقدم العلمي والتكنولوجي أن تحافظ على شخصيتها الى حد بعيد ، رغم المحاولات الأجنبيه للضغط عليها ، والتأثير على ثقافتها (١٥) .

ولم يكن تأثير الغرب على مصر من ذلك النوع الذى عبر عنه الرئيس الجزائرى الراحل هوارى بومدين بأنه « مدمر للروح » الا بالنسبة لقلة محدودة جدا من المصريين . فقد استطاع الشعب المصرى أن يحافظ على لغته وعاداته الدينية التى ترتبط بحياته اليومية (١٦) . ورغم ذلك فقد اهتزت بعض القيم والمعايير المعبرة عن الشخصية المصرية بدءا من منتصف العقد الماضى نتيجة لظهور الطبقة الرأسمالية الجديدة التى استطاعت أن تزرع احساسا بطغيان المادة على كل شيء ، وهو ما جعل البعض يلهث وراء جمع المال من أسهل الطرق وأبسط المشروعات التى لا تعود على الوطن بأى نفع حقيقى . وقد صاحب هذا هجرة عدد غير قليل من العقول المصرية الى الخارج ، بعد أن ضاقت امامهم سبل الحياة الكريمة ، ففقدت مصر بعضا من خيرة علمائها ومفكريها . وكان من بين نتائج مرحلة طغيان المادة على المجتمع المصرى تراجع قيمة المثقفين وقادة الفكر أمام طغيان العناصر ذات المقدرة الاقتصادية وقد أدى ذلك الى ضعف قدرة الفئة المثقفة على القيام بدورها فى القيادة الفكرية فى بعض الحالات .

وقد ترتب على هذا الطغيان المادى هبوط مستوى التعليم فى المدارس والجامعات مما حدا بالبعض الى ترك التعليم الحكومى والاتجاه الى المدارس الخاصة المعروفة بمدارس اللغات . فأصبح هناك تعدد فى نظم التعليم والتنشئة الثقافية وهو ما يمكن أن يحمل فى ثناياه بذور صراع ثقافى فى المستقبل عندما يتزايد خريجو مدارس اللغات فى الجامعات المصرية . والملاحظ أن ظاهرة الدروس الخصوصية قد انتقلت عدواها من المدارس الحكومية الى هذه المدارس . وامتد ذلك أيضا الى المجالات الأخرى غير التعليمية ، فتزايدت ظاهرة أداء الخدمة

بمقابل . وانتشرت روح الأنانيه تبعا لذلك ، وزاد الاستهتار بمصالح الغــير .

والواقع أن مرحلــة طغيان المــادة على المجتمع المصرى لم تكن وليدة لتطور داخلى بحت حتى وان كانت نشاتها قد ارتبطت بسياســة داخليــة . فالنمو المــادى لم يحدث نتيجة لتطور فعلى فى الانتــاج بمختلف مجالاته . وانما جاء نتيجة لقدوم الأمــوال الخارجية للاستفادة من سياسة الانفتاح الاقتصادى بأسرع الوسائل وأكثر المشروعات ربحا بغض النظر عن فائدتها للمجتمع . ولذلك غمرت الأسواق المصرية السلع الاستهلاكية وظهرت فئة الوسطاء والطفيليين لتحقق ثراء مفاجئا أحدث خللا اقتصاديا واجتماعيا أدى الى حدوث تصدعات فى النمو المعنوى لأفراد المجتمع . فتغيرت بعض القيم واختلفت بعض المعايير ، وحلت مكانها قيم ومعايير مختلفة لم تألفها غالبية الشعب المصرى فى عصورها المختلفــة .

ومن الثابت أن اختلاف الثقافات والقيم السائدة فى مجتمع معين يمكن أن يضعف لغــة الحوار بين فئات المجتمع . ونستطيع أن نفسر ظاهرة التطرف الدينى عند بعض قطاعات المجتمع المصرى فى هذه المرحلة بغياب الحــوار المنطقى النابع من قيم ثقافية راسخة الجذور . وهى ظاهرة حديثة وغريبة على المجتمع المصرى الذى سادته روح الوحــدة الوطنية والتســامح الدينى عبر العصــور المختلفة .

* * *

المبحث الثالث

المستويات الثقافيــة

يرى الباحث ماكدونالد أن هناك ثلاث مستويات ثقافية مختلفــة فى المجتمع الأمريكى هى الثقافة الراقية أو العالية ، والثقافة الجماهيرية

والفن الشعبى . الثقافة الراقية أو العالية هى الثقافة التى تشـير الى العمل الدؤوب الذى تقدمه الموهبه العظيمه أو العبقريه . وهى العمل الذى يحاول أن يصل الى أقصى درجـة من أجل الفن . هـذا العمـل تصنعه الصفوة الثقافية أو تحت اشراف هذه الصفوة فى المجـالات المختلفة (١٧).

أما الثقافة الجماهيرية فهى تشير الى الانتاج الثقافى الذى يقدم الى جمهور وسائل الاتصال الجماهيرية المعروف بالمجتمع الجماهيرى Mass Society . وقد استمد الثقافة الجماهيرية مضمونها من ثقافة الصفوة والثقافة الشعبية . وكانت ثقافة الصفوة قبل انتشـار وسائل الاتصال الجماهيرية فى القرن التاسع عشر ، منفصلة تماما عن الثقافة الشعبية . ولكن الثقافة الجماهيرية التى أستمدت مضمونها من ثقافة الصفـوة والثقافة الشعبيـة أصبحت تختلف تماما عن هاتين الثقافتين (١٨).

فالثقافة الشعبية كانت حتى قيام الثورة الصناعية ثقافة الجماهير العادية التى تنفصل عن الثقافة الرفيعة . وكانت تلك الثقافة الشعبية تأتى من أعماق الجماعة لتعبر بتلقائية أصيلة عن أحاسيس أفراد الجماعة دون أن يستعينوا فى ذلك بالثقافة الرفيعة التى لا تتناسب واحتياجاتهم الخاصة . أمـا الثقافة الجماهيرية فقد جاءت مفروضة من أعلى ، وقام بصنعها الفنيون الذين أستأجرهم رجال الأعمال أو الساسـة لفرض سيطرتهم السياسية على الجماهير من خلال الأنماط الفكرية الموجهة (١٩) .

وكان فصل الثقافة الشعبية عن الثقافة العليا قبل ظهور وسائل الاتصال الجماهيرية يتفق مع الخط الاجتماعى الحـاد الذى رسم فى وقت ما ليفصل بين أفراد الشعب والطبقات الارستقراطية . وقد عمدت الديمقراطية السياسية الى تحطيم الجدار الذى يفصل بين الثقافـة الرفيعـة والثقافة الشعبية وأصبحت وسيلتها الى ذلك هى الثقافـة

الجماهيرية • وقد خلطت الثقافة الجماهيرية بين الثقافات وخلقت ما يمكن أن يسمى بالثقافة المتآلفة • هـذا التآلف يمكن أن يرفع من مستوى الثقافة الجماهيرية كما أنه يمكن أن يزيدها هبوطا • وهـذا يتوقف على عـدة عوامل فى مقدمتها قرب المسافة أو بعدها بين ثقافتى الصفـوة والاغالبية ، وكذلك السياسة الثقافية فى المجتمع •

فاذا كانت السياسة الثقافية تستهدف تقـديم ما يرضى الأذواق الحالية للجماهير واشاعـة السطحية وقتل التفكير أدى ذلك الى هبوط المـادة الثقافية المقدمة للجمهور • وحينما تعمد السياسة الثقافية الى رفع المستوى الفكرى ، وايقاظ العقول تقدم للجمهور ثقافة هادفة ترقى بمستوى الأذواق وتخاطب عقولهم وعواطفهم ، وبذلك ينتشر الفن الراقى ويرتفع مستوى الآداء الفنى . وهذا يؤدى الى ارتفاع مستوى الذوق العام بين الجماهير •

والرأى عندنا أن مسئولية وسائل الاتصال الجماهيرية لا تقتصر على تقديم هـذا النوع من الثقافة الذى خلقته هذه الوسائل بحسكم مخاطبتها للجمهور العام ، وهو الثقافة الجماهيرية • فمن المعروف أن وسائل الاتصال الجماهيرية تخاطب بالاضافة الى الجمهـور العام — أو ما يسمى بالمجتمع الجماهيرى — قطاع المثقفين ثقافة عالية • وتتحمل أيضـا مسئولية اشباع جزء أساس من احتياجات هـذا القطاع بمـا تقدمه من برامج أدبية وفنية وعلمية جيدة الاعداد ، رفيعة المستوى • كما أن مسئولية وسائل الاتصال الجماهيرية فى تقديم الفن الشعبى واحياء التراث الشعبى الهادف ينبغى أن تنال الرعاية والاهتمام •

ولا شك أن وسائل الاتصال الجماهيرية فى مصر تحرص على تقديم هذه المستويات الثقافية من خلال برامجها المتعددة وأبوابها أو أركانها المتنوعة • فقد انشىء البرنامج الثانى لمخاطبة قطاع المثقفين ثقافـة عالية ومحاولة رفع مستوى المستمع العادى بتقديم كافة المواد الاذاعية

الرفيعة التى تغطى المجالات العلمية والأدبية والفنية • وربط المستمع بالثقافات العالمية واحياء التراث القديم • كما يحرص التليفزيون على تقديم بعض الندوات الثقافية والبرامج الفنية والعلمية والأدبيـة التى تحقق الهدف من البرنامج الثانى فى الراديو • **وسـوف تتحقق هـذه الغاية بشكل أكثر فعالية حينما تعـود الى الوجـود القناة الثقافيـة بالاضافة الى القناتين الحاليتين •**

وتهتم بعض الصحف القومية بالموضوعات الثقافية الرفيعة فتخصص لها ملحقا أسبوعيا أو أكثر بالاضافة الى الصفحات اليومية التى تعالج بعض القضايا الفكرية بعمق يشبع حاجة المثقفين والمتخصصين ويثير بينهم النقاش حـول هذه القضايا مما يؤدى الى تنشيط الحياة الفكرية فى مصر • حقيقة أن قراء هذه الموضوعات عددهم قليل بالنسبة لحجم توزيع هذه الصحف ولكن هذه القلة يمكن أن تمارس دورها كقائدة للرأى فى المجالات المختلفة وبالتالى تنتقل الفائدة الثقافية الى قطاعات أكثر عددا من القراء الأساسيين • **لهذا ينبغى أن تقوم الصحف التى لم تبد اهتماما حتى الآن بهذا الدور بمراجعة سياستها والمشاركة فى تعميق الفكر الجاد وتناول الموضوعات العلمية والأدبية والفنية بأسلوب رفيع يعتمد على مساهمة المتخصصين الأكفاء فى هذه المجالات •**

وتبدو مسئولية المجلات الوطنية أكثر وضوحا فى هذه القضايا حيث أن فرصة بقاء المجلة فى يد القارىء أكبر من فرصة بقاء الجريدة • كما أن بعض القراء الذين يهتمون ببعض الموضوعات يحتفظون بأعـداد المجلات الجادة كاحتفاظهم بالكتب • وهذا يثير موضوعا على جانب كبير من الأهمية هو موضوع المجلات الثقافية التى ما تلبث أن تظهر الى الوجود حتى تختفى بعـد فترة قصـيرة بسبب ضعف التوزيع • **وفى رأيى أن الصحف القومية ينبغى أن تتبنى كل واحدة منها مجلة ثقافية تنافس بها غيرها من الصحف** • وتشارك فى تحقيق الازدهار الفكرى والثقافى فى مصر بغض النظر عن منطق الربح المـادى الذى لن يتأثر

كثيرا بقيام أى صحيفة بالانفاق على مجلة ثقافية ناهيك عن الفوائد الأدبية التى تتحقق لهذه الصحيفة من قيامها بهذا الدور .

ويعانى الكتاب وهو المنبع الأول للثقافة الرفيعة ثلاث مشكلات تتعلق بالمضمون والتكلفة والتوزيع . فالمؤلف المصرى وكذلك العربى لا يقدم جديدا بالدرجة الكافية . ولا يرتفع لمستوى العصر ، ولهذا فان القارىء الراغب والقادر على شراء الكتاب يعزف عنه لعدم وجود اضافة حقيقية فى أغلب الأحوال . كما أن تكلفة انتاج الكتاب المصرى مرتفعة بالقياس الى كثير من دول العالم الأخرى ، نتيجة لارتفاع الجمارك على مستلزمات الطباعة . وهذا يؤدى الى احجام غير القادرين على الشراء فتقل فرص التوزيع ، مما يؤدى الى زيادة الأسعار لانخفاض الكميات المطبوعة . ومما يؤثر على توزيع الكتاب ، القيود الروتينية المفروضة على تصديره والتى تؤدى فى النهاية الى اقامة السدود والموانع أمام انتاجه وانتشاره (٣٠) .

وهناك نوع آخر من الكتب غير كتب الثقافة الرفيعة وهو ما يمكن أن نسميه بكتب الثقافة الجماهيرية . وهذا النوع من الكتب يتعرض لمنافسة خطيرة من جانب وسائل الاتصال الأخرى . ولذلك ينبغى أن تقوم سياسة انتاج هذه الكتب على اختيار الموضوعات الثقافية الطريفة فى مجالات العلوم والفنون والآداب والتى يمكن أن تلبى احتياجات الجماهير فى وقت معين . وأن تتسم هذه الكتب بالتبسيط غير المخل ، وهذه مهمة لا يقدر عليها الا كبار العلماء الذين يستطيعون أن يهضموا المادة ويتمثلوها ويقدموها أخيرا فى شكل واضح مبسط . وقد رأينا منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة « اليونسكو » ترصد جائزة كبيرة هى جائزة « كالينجا » التى تمنح سنويا لأحسن كاتب يؤدى خدمة ممتازة فى نشر الثقافة العلمية بين الجماهير .

وهذا يشير الى أهمية تبسيط العلوم وتقديمها الى الجماهير لمحو

الأمية العلمية بينهم . وأن لا تقتصر الثقافة على الاهتمام بالأدب والشعر والموسيقى وسائر الفنون . فمعرفة المجتمع بالمكتشفات العلميه تمكنه من توجيه العلماء والساسة الى استخدامها فى سعادة البشرية بدلا من استخدامها فى التدمير والفناء على حد تعبير العالم الفيلسوف برتراند رسل الذى نال جائزة كالينجا عام ١٩٥٧ (٣١) . كما يؤدى ذلك فى رأينا الى تنمية الحياة الفكرية فى المجتمع واستثارة القدرات الابداعية فى المجالات المختلفة .

وقد انعكست مرحلة طغيان المادة التى شهدها المجتمع المصرى اعتبارا من منتصف العقد الماضى على الانتاج السينمائى والمسرحى . فاتجه الكتاب المحدثون والمخرجون ومعهم أيضا الممثلون الى الأعمال الفنية التى تدر ربحا أكثر فى وقت زهد فيه معظم كتابنا الكبار عن مواصلة انتاجهم الفكرى الرائع الذى شهدته العقود الماضية . وازدهرت الفرق المسرحية الخاصة التى لا هم لها سوى اضحاك الجماهير وارضاء الأذواق الهابطة فى سبيل الربح السريع .

ورغم هذا فنحن لا نستطيع أن نقلل من أهمية الدور الذى تقوم به وزارة الثقافة فى اعادة عرض المسرحيات القيمة التى قدمت فى الستينيات وأوائل السبعينيات فى بعض المناسبات . بالاضافة الى تشجيع الفرق الفنية فى الأقاليم . وحبذا لو قدم التليفزيون اعادة لبعض المسرحيات التى انتجت فى الستينيات لتنمية الذوق الفنى بين المواطنين واعادة بعث الحركة المسرحية الجادة ذات المضمون الاجتماعى الهادف .

* * *

المبحث الرابع

وسائل الاعلام والثقافة الجماهيرية

كثر الجدل حول دور وسائل الاتصال الجماهيرية فى بناء النسيج

الثقافى للمجتمع • وانقسم الباحثون ما بين متفائل بقيام هذه الوسائل بدور بناء فى هذا المجال وما بين متشائم لا يرى فى هـذه الوسـائل القدرة على رفع المستوى الثقافى وترقية الذوق العام بين الجماهير • وقد توج هـذا الجدل بمناظرة قيمة بين برنارد روزنبرج ودافيدماننج هوايت ، وهما محررا كتاب « الثقافة الجماهيرية » الذى يحتوى على العديد من المقالات حـول الفنون الرائجة بين الشعب الأمريكى • ويمكن تلخيص اتجاهات روزنبرج عن أثر وسائل الاتصال الجماهيرية فيما يلى :

« ليس هناك شك فى أن وسائل الاعـلام تشكل تهديدا خطيرا على استقلال الانسـان • فاذا عرفنا أنها قد تحتوي على بعض البذور الصغيرة من الحرية فان ذلك لا يؤدى الا الى تحويل الموقف المتردى الى موقف ميئوس منه تقريبا • فلا يوجد شكل فنى ، أو مجموعة معارف أو نظام أخـلاقى لـه من القوة ما يكفى لمقاومـة عمليـة التبسيط الجماهيرى (٣٣) » •

والنقطة الرئيسـية فيمـا يذهب الى روزنبرج هى أن الثقافـة الجماهيرية تنتج بطريقة تجعلها تبدو غير محتاجة الى جهد • وهـو يقول أن غمر السـوق بأعمال شكسبير ، جنبا الى جنب مع أعمـال ميكى سبيلين ، يضع علما من أعلام الأدب العالمى على نفس المستوى مع من يتملق الجمهور بطريقة رخيصة ، ويوحى للقراء أن كلا العملين يحتاج الى نفس الاعداد •

أما هوايت فيقف موقفا معارضا بنفس القوة تقريبا ، ولكنه لا يدافع عن وسائل الاعلام دفاعا أعمى قد اعترف بأن هناك جوانب « تافهـة وغير انسانية وقبيحة تماما » فى الثقافة الجماهيرية ، ولكنه ذكر أيضـا أنه بالرغم من أن وسائل الاعلام مشروعات تجارية كبيرة ولابد أن تحقق ربحا ، فانها تقدم أعمالا قيمة للملايين • وهو يستشهد على ذلك بالعرض

الذى قدمته شبكة الاذاعة القومية لمسرحية ريتشارد الثالث والتى شاهدها أكثر من ٢٠ مليون شخص (٣٣) .

ويرى الكاتب المصرى نعمان عاشور أن الجانب الثقافى الذى تمثله الأعمال الدرامية فى التليفزيون المصرى هو الجانب الخاوى بالفعل . وهو الذى أصبح واضحا للجميع أنه يحتاج الى دعم متصل وتخطيط منسق للارتفاع بمستوى المادة الاعلامية والترفيهية والثقافية الى ما تتطلبه حاجة الشعب المصرى من اعلام صادق ، وترفيه ممتع ، وثقافة جادة (٣٤) .

وقد عرض الكاتب المصرى عبد المنعم شميس لأزمة الثقافة فى مصر على أنها أزمة كتاب وسينما ومسرح بالاضافة الى أزمة المجلات الثقافية التى كانت فى وقت من الأوقات مصدر اشعاع ثقافى ألقى بظلاله المضيئة على العالم العربى بأكمله . وذكر أن السينما والمسرح يحتاجان الى انقاذ سريع ، وأن اتحاد الاذاعة والتليفزيون بدخوله مجال الانتاج السينمائى يمكن أن يعمل على انقاذ السينما المصرية . أما المسرح المصرى فتسيطر عليه بعض الفرق الخاصة غير الهادفة ويحتاج هو الآخر الى انقاذ سريع (٣٥) .

والخلاصة فى الدور الثقافى لوسائل الاتصال الجماهيرية أن هناك رأيان فى هذا الموضوع . أولهما يرى أن هذه الوسائل هبطت بمستوى الانتاج الثقافى والأعمال الفنية والفكرية التى يحتاج اليها المجتمع . وثانيهما يرى أن هذه الوسائل قدمت خدمات جليلة فى مجال نشر الثقافات وترويج الأعمال الفنية التى ما كانت لتصل الى ما وصلت اليه من الذيوع والانتشار لو لم تقدم من خلال وسائل الاعلام .

والباحث يتفق مع الرأى الثانى ويضيف أنه اذا حسنت نوايا القائمين على السياسة الثقافية فى أى مجتمع ، وحرصوا على تقديم الثقافة الرفيعة للجمهور العام ، وتبسيط ما يحتاج منها الى تبسيط ،

وعدم الانقياد وراء ما تطلبه الجماهير فى بعض الأحيان من أعمال هابطة فان وسائل الاعلام يمكن أن تلعب دورا كبيرا فى تنمية الفكر الخلاق المبدع • واذا كانت قطاعات جماهيرية عريضة لا تستطيع أن تزور المتاحف أو المعارض الفنية ، أو تتردد على مشاهدة الفرق المسرحية الجادة ، أو تحضر عرضا موسيقيا رفيع المستوى ، فان وسائل الاتصال الجماهيرية تستطيع أن تنقل هذه الأعمال الى هذه الجماهير •

ونحن نلاحظ فى مصر أن هناك ظروفا معوقة لانتقال الجمهور الى السينما أو المسرح أو أى مكان آخر لمشاهدة الأعمال الفنية • ويأتى فى مقدمة هذه المعوقات الزحام ، أو التصرفات الصبيانية الهابطة داخل دور العرض السينمائى ، أو صعوبة الانتقال ، أو التكلفة المادية ، أو غير ذلك مما يمنع الكثيرين من التردد على دور العرض المختلفة • ان دور التليفزيون وكذلك الراديو ازاء هذه الظروف ، فى تقديم الفنون الثقافية المختلفة الى الجماهير ، يصبح واجبا أساسيا ، وضرورة حتمية ، ينبغى القيام بها على أكمل وجه ، لملء الفراغ الثقافى لدى قطاعات جماهيرية عريضة •

وثمة مسئولية خطيرة تتحملها وسائل الاتصال الجماهيرية المصرية وفى مقدمتها التليفزيون والراديو ، وهى منافسة أجهزة التسجيل الصوتية والمرئية • فقد انتشرت فى الفترة الأخيرة أجهزة التسجيل المرئية (الفيديو) كما انتشرت فى فترة سابقة أجهزة التسجيل الصوتية • ورغم ما يمكن أن تحققه هذه الأجهزة من فوائد عديدة اذا استخدمت استخداما عاقلا ورشيدا فان ما نلاحظه فى الواقع يقول بغير ذلك فى حالات كثيرة • فأشرطة التسجيل الصوتية تحفل بالأغانى الهابطة المفسدة للذوق العام ، وكثير من هذه الأغانى ترفضه لجان مراجعة النصوص فى الراديو والتليفزيون ، ومع ذلك تلقى هذه الأشرطة رواجا كبيرا • وهذا يتطلب أن يحرص المسئولون فى برامج الراديو على تقديم الموضوعات التى تشد المستمعين اليها فى كل مكان لكى يعود للاذاعة

تأثيرها فى صياغه الفكر القومى وترقية الدوق العام • كما أن التليفزيون ينبغى أن يقدم لمشاهديه المزيد من البرامج الجيدة التى تجـذب انتباه المشاهدين وتستأثر باهتمامهم فلا ينصرفوا عنها الى مشاهدة الأشرطة المرئية الهدامة أو التى تستهدف التأثير على الشخصية الثقافية المصرية من خلال ما تبثه من قيم مغايرة لثقافتنا ونظامنا القيمى والأخلاقى •

وهذا يدفعنا الى الحديث عن أفلام الرعب التى يقدمها التليفزيون بين الحين والحين ، حيث يرى الباحث عدم بث هـذه الأفـلام التى لا معنى لها ، بالاضافة الى ضرورة الاقلال من المواد المستوردة التى لا تحمل أفكارا هادفة • وينبغى أن يقدم التليفزيون بدلا من هذه المواد بعض البرامج التى تمثل الفن الشعبى المصرى والتى تتفق مـع ثقافة هـذا الشعب وميوله الفنية • ولا شك أن تقديم هذه الفنون يمكن أن يستثير الهمم للاجادة والعطاء الفنى المعبر بصدق عن آمال الجمـاهير وآلامها ، حتى نصل الى تآلف ثقافى حقيقى تتقارب فيـه المستويات الثقافية فى مصر تقاربا يرفع من مستواها ويعلى من شأنها ويحقق لهـا الرقى والازدهار •

* * *

الخاتمـــة

لقد كان للتطور الهائل الذى شهدته وسائل الاتصـال الجماهيرية فى هـذا القرن أثر كبير فى انتقال الثقافات بين المجتمعات المختلفة ، وداخل المجتمع الواحد • وهو أمر يمكن أن يساعد فى تحقيق التقـارب بين هـذه المجتمعات ، بالاضافة الى ما يحققه فى مجـال الانتقال من المرحلة التقليدية الى المرحلة العصرية المتطورة • واذا كان الانسياب الثقافى يخدم قضايا التفاهم والسـلام العالمى ، فان الغزو الثقافى يعمد الى التأثير على شخصية الأمة وطمس معالم ثقافتها •

ولما كان دور وسائل الاتصال الجماهيرية فى المجتمع الحديث لا يمكن تجاهله أو الاقلال من أهميته ، فقد أصبح من الضرورى البحث عن أفضل السبل للاستفادة من الطاقات الهائلة التى تملكها هذه الوسائل ، والتى يمكن أن تعود بالخير على المجتمع اذا أحسن توجيهها وعرفت أخطارها • لقد هبت قيم غريبة على المجتمع المصرى فى الفترة الأخيرة التى شهدت سيطرة القيم المادية على كثير من المجالات ، ومن بينها مجال الانتاج الفكرى والفنى والأدبى • وأصبحنا فى حاجة الى صحوة ثقافية فى هذه المجالات لكى تبقى مصر كما كانت فى عصور سابقة مركز اشعاع ثقافى يضىء المنطقة العربية بأسرها وينشر ظلاله المضيئة فى بقاع العالم المختلفة •

والأمل معقود على وسائل الاتصال الجماهيرية مع غيرها من المؤسسات التربوية والثقافية فى تحقيق هذه الصحوة ، وتصحيح المسار الثقافى ، لكى يعود الى طريق القيم المصرية الأصيلة ، ويتحقق التوازن بين النمو المادى والنمو المعنوى فى المجتمع المصرى • ان التأثر بتيارات ثقافية خارجية ينبغى أن يكون فى الاطار الذى يدفع المجتمع الى التقدم ويعود عليه بالنفع المؤكد • ولذلك يصبح من الضرورى أن تستبعد الموضوعات التى لا تتفق مع ثقافتنا أو تتعارض مع نظامنا القيمى ، أو تهدف الى تدمير الروح القومية ، أو التأثير على الشخصية المصرية •

كما أن الأمل معقود أيضا على هذه الوسائل فى دعم السينما والمسرح والمجلات الثقافية • وقد اقترحت فى ثنايا هذا البحث أن تتحمل كل صحيفة قومية مسئولية اصدار المجلات الثقافية بغض النظر عما يمكن أن تتحمله من خسائر مادية لا يمكن مقارنتها بما تثيره

من ازدهار فكرى ونهضـــة ثقافية • وينبغى أن يدعم الراديو والتليفزيون الفن الشعبى الهادف الذى يعبر بصدق عن آمال الجماهير وآلامها ، بالاضافة الى ما يجب أن يقدماه من مـــواد أدبيـــة وفنية وفكرية رفيعة المستوى ، ترقى بالمستوى الثقافى ، وتنهض بالســلوك الحضـــارى ، وتستثير الطاقات الابداعية فى مختلف المجالات •

المراجـــــع

1 Bernays, Edward : **Public Relations.** Forth printing by offset. Norman Oklahoma. University of Oklahoma Press, 1963, p. 13.

٢ — محمد مندور (دكتور) : **الثقافة واجهزتها** ، القاهرة ، دار المعارف ١٩٦٢ ، ص ١٥ .

3. Cutlip M. Scott and Allen H. Center : **Effective Public Relations.** Fifth Edition, Englewood Cliffs, New Jersey. Perntice Hall Inc., 1978, p. 190.

4. Gerre Jones : **Public Relations For The Design Professional.** New York, McGraw-Hill Book Company 5980, p. 61.

٥ — محمد الجوهرى (دكتور) : **الانثربولوجيا ، اسس نظرية وتطبيقات عمليـــة** ، الطبعة الثالثة ، القاهرة ، دار المعارف ١٩٨٢ ، ص ٦٣ — ٦٤ .

٦ — المرجع السابق ، ص ٦٨ .

٧ — نفس المرجع ، ص ٩٥ .

8. Gurevitch, Michael and Others (ed) : **Culture Society And The Media.** London, Methuen & Co., Ltd, 1982, p. 27.

٩ — ابراهيم امام (دكتور) : **العلاقات العامة والمجتمع** ، الطبعة الثانية ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٦٨ ، ص ٢٠٩ .

١٠ — محمد مندور (دكتور) المرجع السابق ، ص ١٥ .

١١ — ابراهيم امام (دكتور) : المرجع السابق ، ص ٢٣٩ .

١٢ — شرام ، ويلبور : **اجهزة الاعلام والتنمية الوطنية** ، ترجمة محمـــد فتحى ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر ، ١٩٧٠ ، ص ١٧١ ، ١٧٢ .

١٣ — ابراهيم امام (دكتور) : **الاعلام والاتصال بالجماهير** ، الطبعة الاولى القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٦٩ ، ص ٤١٦ و ٤٢٣ .

١٤ — مختار التهامى (دكتور) : **الرأى العام والحرب النفسية ، الايديولوجيا والدعاية** . الجزء الثانى ، القاهرة ، دار المعارف ، ١٩٧٥ ، ص ٣٥ .

١٥ — ابراهيم امام (دكتور) : المرجع السابق ، ص ٤٥٤ .

16. Magdi Wahba : **Cultural Policy in Egypt. Studies on cultural policies,** Unesco Paris, 1972, p. 45.

١٧ — جيهان رشتى (دكتورة) : **الاسس العلمية لنظريات الاعلام ،** الطبعة الاولى ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٥ ، ص ٣٩٠ .

١٨ — المرجع السابق ، ص ٣٩١ .

19. Gurevith, Michael and Others (ed) : **op. cit.,** p. 36.

٢٠ — جريدة الاهرام : عدد ١٩٨٣/٢/١١ ، ندوة مشكلة الكتاب فى مصر ، ص ١١ .

٢١ — ريفرز ، ويليام ل . وآخرون : **وسائل الاعلام والمجتمع الحديث .** ترجمة د. ابراهيم امام ، القاهرة ، دار المعرفة ، ١٩٧٥ ، ص ٣٢٦ .

٢٢ — محمد مندور (دكتور) **المرجع السابق** ، ص ٨١ .

٢٣ — المرجع السابق ، نفس الصفحة .

٢٤ — جريدة أخبار اليوم : عدد ١٩٨٣/٢/٥ ، مقال نعمان عاشور بعنوان : الثقافة وهذا الصندوق السحرى ، ص ١٦ .

٢٥ — جريدة الاهرام : عدد ١٩٨٣/٢/١٤ ، مقال عبد المنعم شميس بعنوان : أزمة مجلات أم ازمة ثقافة ؟ ، ص ١١ .

رقم الايداع ٥٣٤٤ لسـنة ١٩٨٥

مطـابع سجل العرب

